Christian Rommel
Geschäftsführer

- 30 Jahre globale Berufserfahrung in der grafischen Industrie
- 25 internationale Auszeichnungen (Design, Innovation, Technologie)
- über 125 Publikationen in mehr als 20 internationalen Fachzeitschriften
- Seit 1998 Geschäftsleitung ROX Asia Consultancy Ltd., Produktionsagentur Verpackung, Hong Kong

+49 (2572) 943160 / rommel@roxasia.com

3. Packaging Inspiration Forum
Hamburg 25-3-2015

Innovative Markenkommunikation durch Multisensorik

...für die Augen

...für die Marke

...für die Seele

Wie man Kunden durch durch HighTech in Print und Packaging begeistert

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Unser Background

The art of packaging from the heart of Hong Kong

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

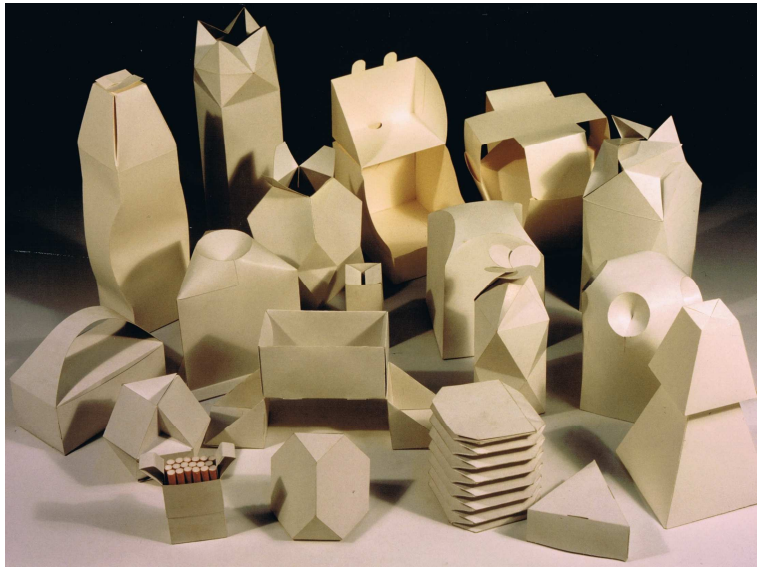
Unsere Leidenschaft

- Ideen kreieren
- Instinkten folgen
- Fantasien ausleben
- Menschen inspirieren
- Zukunft gestalten
- Innovationen realisieren
- Träume erfüllen

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Die Evolution der Verpackung

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015



© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

AIDA-Formel

+ X

= Innovationspotential Markenkommunikation

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Was ist X

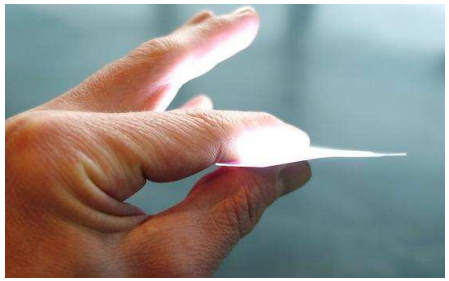
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Analoge Veredelung

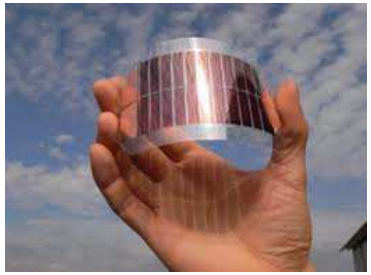
Gegenwart

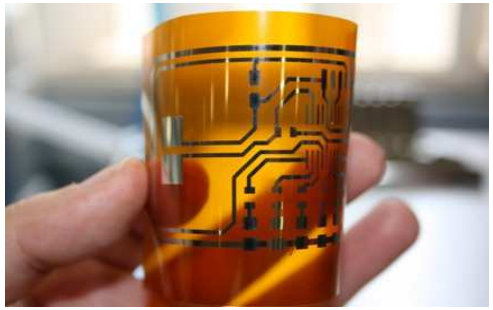
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

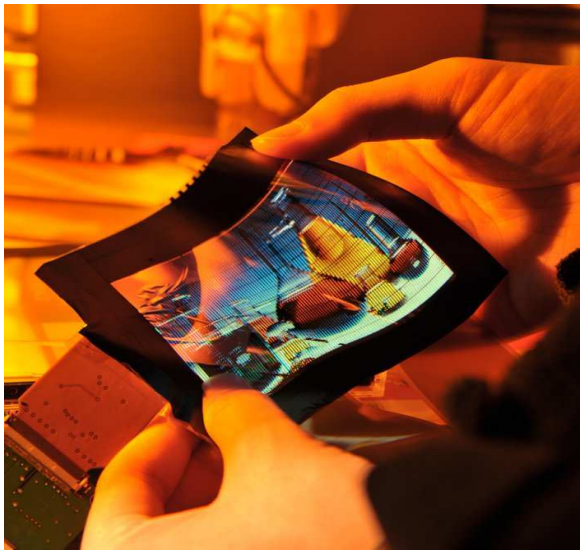
Gedruckte Elektronik



Zukunft







© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Multisensorisches Marketing

Erfolgreiche Markenkommunikation, innovative Produktentwicklung und Gestaltung individueller Print-Medien, Verpackungen und interaktiver Displays durch intelligente Kombination aus Papier mit Mikroelektronik als Alleinstellungsmerkmal.

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Erfolgsfaktor Kooperation

Das Beste aus zwei Welten

Papier

+

Mikroelektronik

= **Erfolgsfaktor Multisensorik**

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Warum brauchen wir HighTech in Print und Packaging?

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Deshalb!

Unsere Antwort

Wo die Augen keinen Halt finden, bleiben auch die Füsse nicht stehen.

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele I

➡ Verpackungen und Printmedien mit LEDs und integrierter Glasfaser-Optik

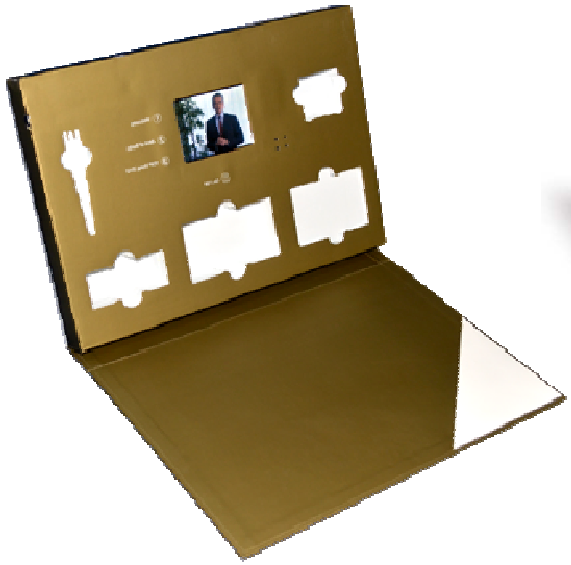
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiel II

➡ Magazin-Cover mit integrierten Photovoltaik-Modulen und LEDs

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele III



➡ Premium-Verkaufsboxen, Dokumentationen und hochwertige Mailings mit integrierten Video-Monitoren

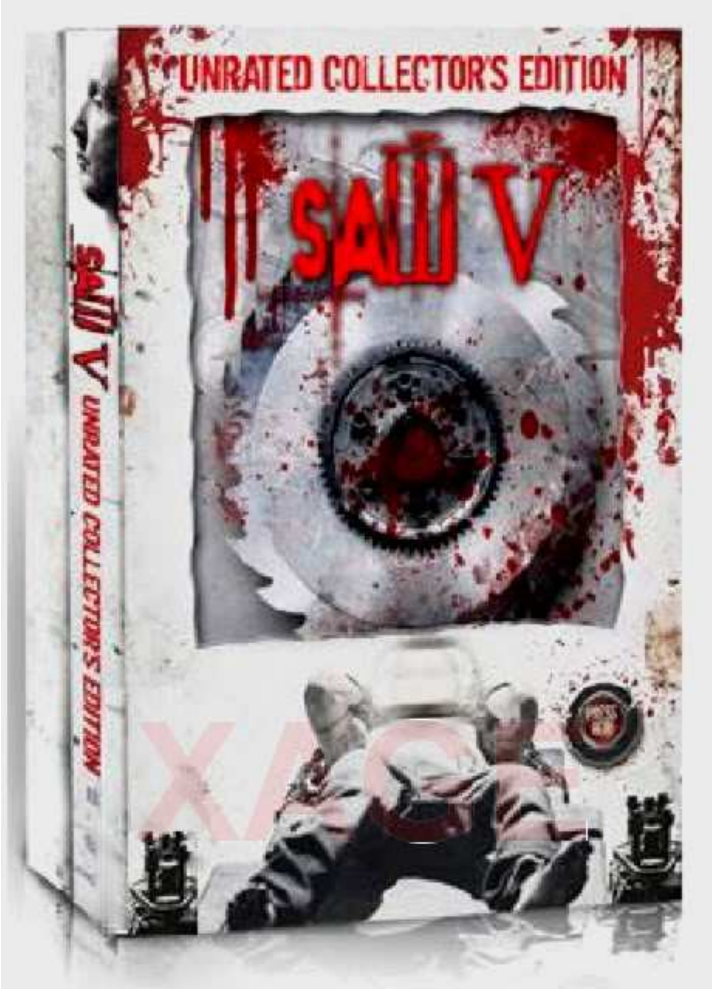
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiel IV

➡ Zur Markteinführung FS-Teilauflage mit Mini-Bildschirm als Teil der Multi-Channel-Kommunikation von Bayer

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiel V



➡ DVD-Sonderedition mit rotierendem Sägeblatt und Sound

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele VI

➡ Kartonagen mit integrierten Aktiv-Lautsprechern und LEDs

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele VII

➡ Miniatur-Audiomodul eingebaut in Flaschendeckel.
Sound wird durch Lichtsensor beim Öffnen aktiviert.

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele VIII

➡ Parfumflakon mit Sound-Modul im Flaschendeckel.
Musik wird durch Druckknopf beim Sprayen aktiviert.

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele IX

Red Bull Illumine – exklusive Promotion-Festkartonage mit integrierter LED-Hinterleuchtung, synchronisierten Ton-Effekten und Aktivierung beim Öffnen durch Fotozelle

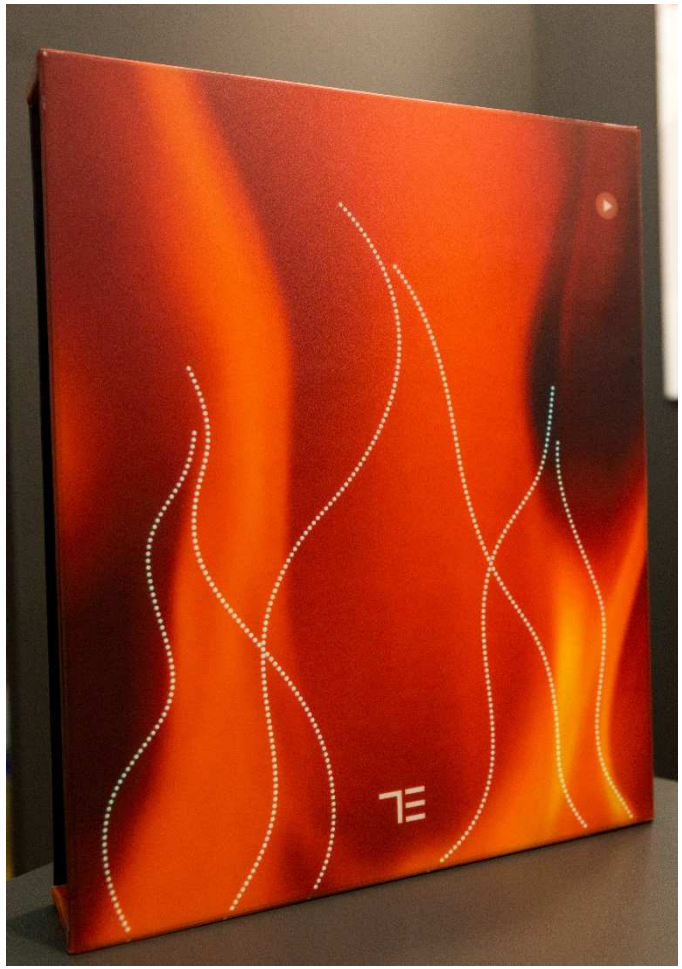
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

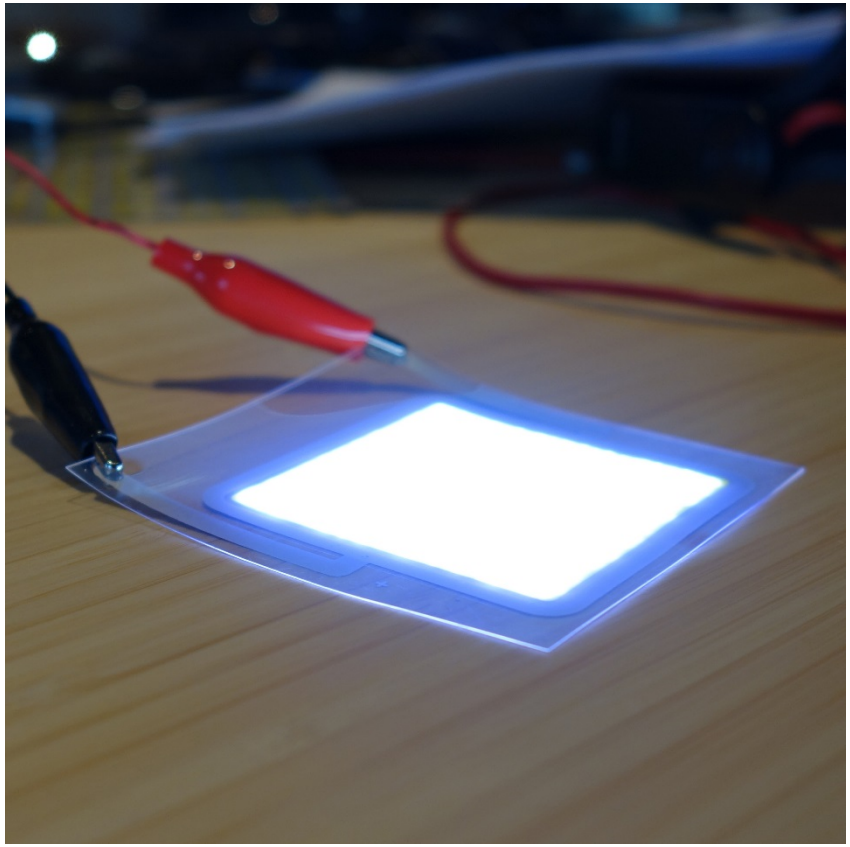
Produktbeispiele X

➡ Magazin-Cover mit Elektrolumineszens-Technologie (EL)

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Produktbeispiele XI





➡ Buchschuber mit Elektrolumineszens-Technologie (EL)

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Multisensorik-Auszeichnungen

KARLKNAUER
Beeindruckend anders

German Design Award
WINNER 2014

PRO CARTON · ECMA
CARTON AWARD 2013
President's Special Award

INTERNATIONAL SPIRITS CHALLENGE 2013

product design award

DEUTSCHER VERPACKUNGS PREIS 2012

CANNES LIONS
60TH INTERNATIONAL FESTIVAL OF CREATIVITY
16-22 JUNE 2013

PrintStars 2014
Finalist

Packinnove Europe

DRINKS INTERNATIONAL
TRAVEL RETAIL AWARDS

EPICA
INTERNATIONAL CREATIVE AWARDS

reddot design award
product design 2013

STARPACK

WPO
WORLD PACKAGING ORGANISATION
WORLDSTAR WINNER 2013

INTERVITIS INTERFRUCTA
Auszeichnung für technischen Fortschritt
GOLD
INNOVATIONSPREIS 2013

pentawards

FAB®
International Food And Beverage
Creative Excellence Awards

PROMOTIONAL GIFT AWARD 2013

POPAI
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL

27 internationale Preise für Design,
Verpackung, Kreativität & Innovation

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Neuromarketing I

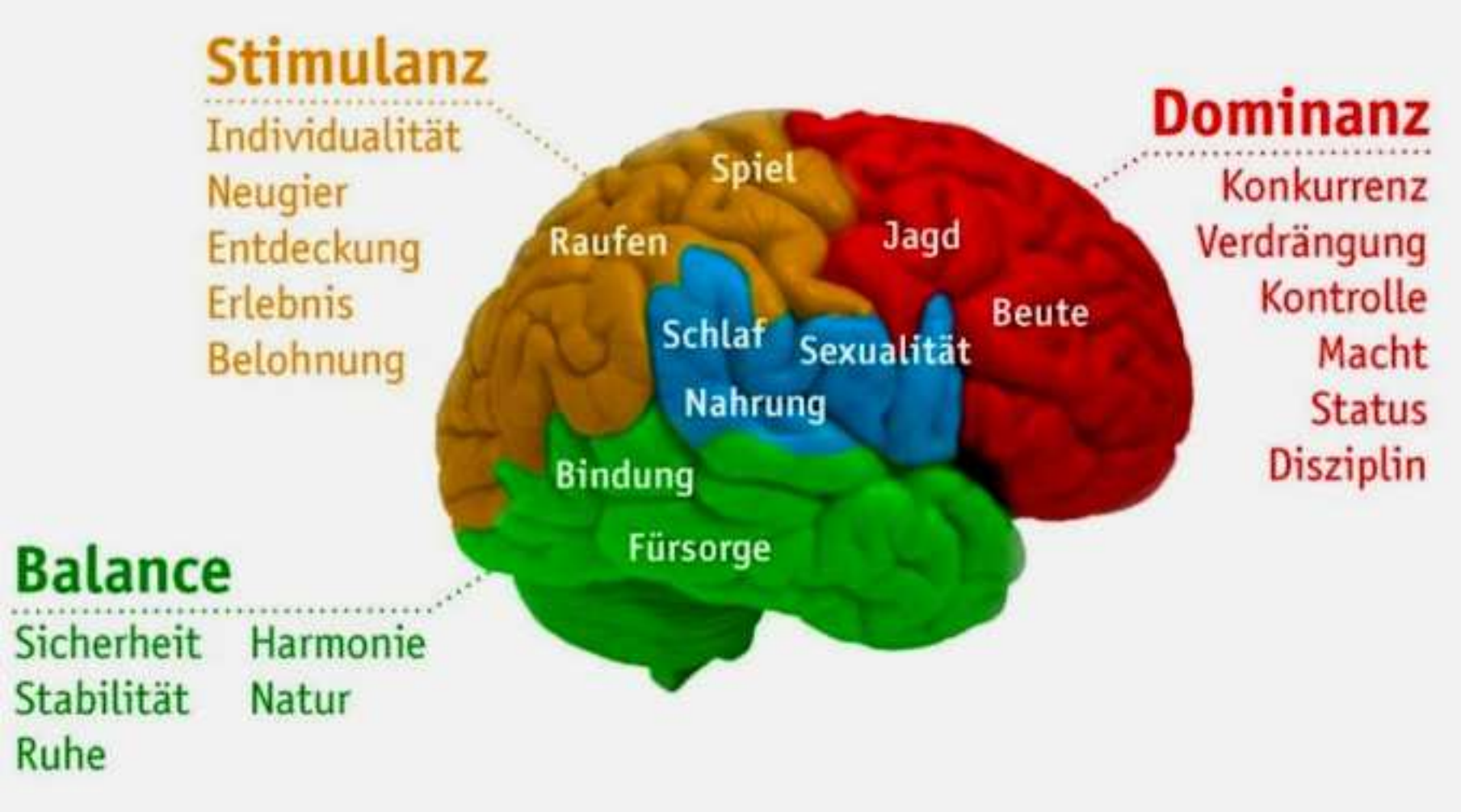
© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Neuromarketing II

Das Ziel des Neuromarketings ist es, unsichtbare Zustände und Prozesse, welche die Entscheidung eines potenziellen Konsumenten für oder gegen ein Produkt steuern, zu erforschen und in Beziehung zu sichtbaren Verhalten zu setzen.

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Neuromarketing III



© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Neuro-Marketing IV

Licht, Ton und Bewegung in Kombination mit Verpackung

= pure Emotion

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Mehrwert für Markenartikler

- höhere Markenpräsenz am POS und beim Käufer
- klare Marken- und Produktidentifikation
- Begeisterung durch die Warenpräsentation
- gesteigerter Waren-Wiedererkennungswert
- gezielte Auseinandersetzung mit dem Produkt
- Permanentwerbung durch Wiederverwendbarkeit
- Added Value-Vermittlung durch Multisensorik

- **deutliche Umsatzsteigerung und Markentreue**

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

7 Wege zur Entscheidung

- Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte
- Optische und haptische Kontraste
- Multisensorik als Mittel zum Zweck
- Mehr Emotion als Information
- KISS-Prinzip beachten
- Erkennbarer Nutzen für den Kunden
- Mehrwert für Produkt und Marke

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Vorstellung

Wir bringen Augen und Verpackungen zum Leuchten

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015

Der richtige Partner

Multisensorik in Print & Packaging

ROX Asia Consultancy Ltd.
Fichtenweg 1, 48282 Emsdetten, Deutschland
rommel@roxasia.com, www.roxasia.com

ROX Asia Consultancy Ltd.
10F, Suite 1005, 4-4A Hillwood Road, TST, Hong Kong
rommel@roxasia.com, www.roxasia.com

© Copyright ROX Asia Consultancy Ltd., Hong Kong 3/2015