

Neue Perspektiven in der Packungsgestaltung:

## Mit dem Pfarrer über Markenwerte diskutieren ...

Neue Ideen braucht das Land. Spezialistentum führt zu einer Fokussierung, die in eine Sackgasse münden kann. Um das Gegenteil geht es Michael Heintschel von Heintschel+, Eching: er möchte in einer Welt der enger werdenden Märkte neue Akzente setzen und Kunden die Möglichkeit bieten, anders an zu beantwortende Fragestellungen heranzugehen. Für das berühmte »über den Tellerrand schauen« hat er in München für die Denk Werk Bank® einen Showroom eingerichtet und einen beratenden Beirat installiert. Mit Michael Heintschel sprach Ute von Buch über seine Idee und deren Umsetzung.

■ **creativ verpacken fragt:** Welche Idee steckt hinter der Denk Werk Bank®?

■ **Michael Heintschel antwortet:** Interdisziplinäre und inspirierende »Köpfe« an einen Tisch zu bringen – an die Denk Werk Bank. Dabei geht es immer um die richtigen Fragestellungen, sowie die erkannten Bedürfnisse und die Motivation von Verbrauchern. Entwickelt, getestet und umgesetzt werden Markenwelten, Markenstrategien, Produktinnovationen und Packungsinnovationen. Im Zentrum von München entstand dazu ein Raum, der in seiner Architektur und Ausgestaltung speziell für die Anforderungen der Denk Werk Bank konzipiert und umgebaut wurde. Hier finden die Denk-Werk-Sessions mit den gewählten Beiräten statt.

■ **creativ verpacken:** Welche Aufgabe haben die Beiräte?

■ **Michael Heintschel:** Sie vernetzen uns in die unterschiedlichsten Bereiche und bringen alle notwendigen Sichtweisen in den Prozess mit. Sie nehmen an den Denk-Werk-Sessions teil oder schlagen die richtigen »Köpfe« vor. So treffen die Kunden und Marketeers wahlweise auf Markengestalter, Werber, Designer, Produktentwickler, Marktforscher, Köche, Maler, Bildhauer,

Komponisten, Schriftsteller, Schauspieler ... Das ist doch eine interessante Vorstellung, wenn man mit einem Pfarrer über Markenwerte diskutiert, mit einem Musiker über das rockige knacken von Keksen. Mit einem Schauspieler über die theatralischen Möglichkeiten von Produktdarstellung oder einem Architekten über »Raum-bildende« Eindrücke einer Faltschachtel. Statt auf Kreativ-»Techniken« setzen wir bei unserem Prozess auf sich gegenseitig inspirierende Köpfe.



Die Beiräte der Denk Werk Bank: Susanne Wiesmann (Wiesmann forschen und beraten), Markus Hillemann (Formidable), Michael Heintschel (Markengestalter und Gründer der Denk Werk Bank), Inga Rück (Schinkel Pavillon Berlin), Mario Büttner (Heintschel+) und Franz P. Wenger (WengerWittmann-3D Branding) (von links nach rechts).

■ **creativ verpacken:** Wie funktioniert die Denk Werk Bank?

■ **Michael Heintschel:** Planmäßiges, lineares Vorgehen führt in komplexer und schneller werdenden Märkten immer seltener zum Ziel. Unsere Vorgehenslogik in der Denk Werk Bank basiert auf einem zirkulär und anwendungsorientierten Prozess. Spiralförmig werden, wie bei einem »Wirbelwind«, Fragestellungen eingesaugt, Themengebiete erkundet und hochaktive Konzepte und Ideen »rausgeblasen«. Alle Arbeitsschritte werden ständig visualisiert. So wird eine gemeinsame und klare Vorstellung der Teilergebnisse, Möglichkeiten und Ideenpotenziale erzeugt. Wichtig ist dabei unser Denk-Werk-Bank-Prinzip. Die richtigen Köpfe auswählen – systematisch, offen, ehrlich, ohne Allüren vernetzt arbeiten, denken und handeln. So kann man sich sicher sein, dass man am Ende des Tages ein verwertbares Ergebnis in den Händen hält.

■ **creativ verpacken:** Wie kann die Denk Werk Bank in den Packungsdesignalltag eingebunden werden?

■ **Michael Heintschel:** Auftraggeber aus allen Branchen können am Beginn einer Packungsentwicklung, eines Relaunches, oder bei festgefahrenen Projekten während des Prozesses, die Denk Werk Bank nützen. Als Think Tank, Kreativzelle, als Kick-off-Veranstaltung oder prozessbegleitend. Immer wenn keine »Packungsdesign-Alltagslösungen« gewünscht werden. 