

»Gold kommt nie aus der Mode!«

Gold for elevating brands

Das Designstudio Knoed in Chicago realisiert vor allen Dingen für kleine, feine Marken aus aller Welt Auftritte, die strategisch gut durchdacht und von weitsichtiger Kreativität geprägt sind. Dass dabei oft ein feiner, goldener Touch eine Rolle spielt, hat uns neugierig gemacht ...

Mit jedem Projekt möchten die Gründer von Knoed, Kim Knoll und Kyle Eertmoed, etwas Besonderes schaffen, eine neue Idee in die Welt bringen. »Unsere besten Arbeiten entstehen dann, wenn der Kunde diese Ambition mit uns teilt und ebenfalls ein großes Augenmerk auf noch so kleine Details legt«, so die beiden Kreativen.

Auf diese Weise entstand auch für Echo Vie ein feinfühliges Erscheinungsbild: Gründerin dieser Naturkosmetikmarke ist Susie Lee, die sich nach drei Krebsbehandlungen sehr intensiv damit beschäftigte, was sie ihrem Körper künftig äußerlich wie innerlich zufügen möchte. Für die Lancierung ihrer Produktlinie holte sie schließlich das Team von Knoed an Bord, das sich der strategischen Ausrichtung, der Namensgebung sowie der Umsetzung sämtlicher Corporate-Design-Elemente widmete.

Im Mittelpunkt stehen sicherlich die Produktverpackungen, die sich vom Allerlei der Kosmetikindustrie deutlich absetzen und mit Kontrasten spielen: Glänzende Goldfolie trifft hier auf ein reizvolles Naturpapier mit spürbarer Oberflächenstruktur sowie Schwarz-Weiß-Illustrationen. »Wir wählten diese Farbpalette – schwarz, elfenbein und gold – ganz bewusst aus, denn sie verleiht einen handwerklichen Look, der sich zugleich luxuriös anfühlt. Die Produkte aus Bio-Ölen und -Balsamen von Echo Vie entstehen schließlich in reiner Handarbeit und nur aus Premiumzutaten«, erläutern Kim Knoll und Kyle Eertmoed das Konzept. »Die goldene Heißfolie kam schließlich noch aufgrund ihres warmen und metallischen Glanzes hinzu – sie ist eine wunderbare Ergänzung auf den Verpackungen und unterstreicht den Qualitätsanspruch der Marke.«



TEXT:
Bettina Schulz

Studio Knoed in Chicago designs visual identities for small sophisticated brands from all over the world. And each of these designs is founded on their twin hallmarks of strategic concept and far-sighted creativity. A hint of gold also unites many of their creations – we were curious to find out more ...

With each project they take on, Knoed founders Kim Knoll and Kyle Eertmoed set out to create something special, to bring a new idea into the world. »We produce our best work when the client shares this ambition and also pays careful attention to even the smallest details,« say the two creatives.

This was also how the sensitive visual identity for Echo Vie came about: The founder of this natural cosmetics brand is Susie Lee who after three courses of treatment for cancer started to re-think just what she was willing to use on her body or put into it. For the launch of her product line she brought the team from Knoed on board to tackle strategic orientation, name-finding and implementation of all the corporate design elements.

The main focus is without doubt on the product packaging which with its strong contrasts is quite distinct from the kind of thing normally seen from the cosmetics industry. Here gleaming gold foil is used in combination with an attractive uncoated paper with a distinct surface structure and black-and-white illustrations. »We chose this colour palette – black, ivory and gold – quite deliberately because it gives a certain hand-crafted look that at the same time feels luxurious.« Kim Knoll and Kyle Eertmoed explain the concept: »The Echo Vie products themselves, made from organic oils and balsams, are produced entirely by hand and only from premium ingredients. The golden hot foil came about because we liked its warm, metallic gleam – it lends a superb touch to the packaging and underlines the high quality of the brand.«



© Photos: Tru Studio

Diesen Effekt machten sich die Kreativen schon bei einigen anderen Projekten zunutze – ein purer Zufall? »Da muss ich jetzt wirklich lachen«, so Kim Knoll, »und ich fürchte, Sie haben Recht. Wir lieben Gold aus verschiedenen Gründen. Es ist eine klassische Farbe, die nie aus der Mode kommt, sie ist neutral und kann mit unglaublich vielen anderen Tönen kombiniert werden. Darüber hinaus strahlt sie Wärme und Reichtum aus, was man mit kaum einer anderen Farbe erzielen kann, und sie stellt auf den ersten Blick die Assoziation zu den Begriffen »highend« und »Glamour« her. Gold ist einfach eine großartige Wahl, um eine Marke hervorzuheben! Sicherlich ist die Farbe nicht für jede Marke gleichermaßen geeignet, aber da wir viel im Luxussegment unterwegs sind, verwenden wir sie recht häufig.« Und so werden bei Knoed sicherlich noch viele zeitlose Projekte von sich reden machen ...

www.knoed.com

The creatives at Knoed have used this effect already in other projects – is that just coincidence, we wondered? »Well, you've caught us out there,« says Kim Knoll. »Because you are quite right. We do love gold, and for a number of reasons. It is a classic colour that is never out of fashion. It is neutral and can be combined with an amazing number of other tones. Also it radiates warmth and opulence in a way that hardly any other colour can. At first glance it signifies both high-end and glamour. Quite simply gold is a great choice if you want to make a brand really stand out! Certainly it's not a colour that suits every brand, but because we do a lot of work in the luxury segment, we use it quite a lot.« So Knoed will no doubt go on attracting attention for its many timeless creations ...