

Deutsche Spirituosen Manufaktur weitet erfolgreiche White-Label/Private Label Palette aus

01.03.2023 / von Redaktion



Eine eigene, ganz individuelle Spirituose zu kreieren liegt voll im Trend der Zeit. Da sind einerseits Hotels oder Bars, die damit bei ihren Gästen ihr Profil schärfen wollen und die die eigene Spirituose als Aushängeschild und Anziehungspunkt verstehen. Andererseits sind es Start-ups, die sich mit einer eigenen Markenidee am Spirituosenmarkt etablieren wollen. Und schließlich entdecken immer mehr Unternehmen wie Privatleute die eigene Spirituose als ganz besonderes Geschenk für Kunden, Geschäftspartner oder Freunde.

Die Deutsche Spirituosen Manufaktur hat bereits für eine Reihe sehr namhafter Kunden erfolgreich solche Produktentwicklungen im Segment der Premium-Spirituosen umgesetzt, darunter The Ritz-Carlton, das Hotel Vierjahreszeiten, das Novotel Berlin und das Hotel Oderberger. Dabei kam der DSM die Erfahrung aus mehr als 1800 Produktentwicklungen für das eigene Portfolio zugute.

Die aus diesem umfangreichen Entwicklungsaufwand hervorgegangenen über 120 Geiste, Brände und Liköre stellen letztlich auch die Basis für den von der DSM entwickelten Baukasten dar, mit dem die Manufaktur dem wachsenden Kundenwunsch nach individualisierten Spirituosen Rechnung trägt. Dieser erlaubt bei der Entwicklung neuer und besonderer Premium-Spirituosen schier unendliche

Kombinationsmöglichkeiten. Sei es ein eigener Likör, ein Vodka oder ein Gin – mit der Einzigartigkeit und Vielfalt der Destillate der DSM lässt sich praktisch jede gewünschte Geschmacksrichtung umsetzen.

Dazu kommt die preisgekrönte Premium-Qualität der Destillate und das Selbstverständnis der DSM, erstklassige Produkte ohne den Zusatz von Industrie-Aromen, Farbstoffen und – außer bei den Likören – Zucker herzustellen. Die Verfügbarkeit der Destillate erlaubt zudem eine sehr zügige Umsetzung der Projekte und im Bedarfsfall auch eine problemlose Skalierbarkeit.

Ausgangspunkt des DSM-Baukastens ist dabei in der Regel eine Basis-Spirituose, wie ein Wacholder- oder Fruchtdestillat der DSM oder eine vom Kunden beigestellte Spirituose. Diese wird mit den Destillaten der DSM ganz nach den individuellen Vorstellungen der Kunden mit Geistern und Bränden aromatisiert. Die Abfüllung kann in verschiedene DSM-Flaschen oder eigene Flaschen der Kunden erfolgen. Auch beim Label besteht die Möglichkeit eines individuellen eigenen Kundenlabels oder eines Co-Labels mit der DSM. So stehen vom Inhalt bis zur Gestaltung der Spirituosen für jeden Kunden eine riesige Bandbreite an Möglichkeiten zur Verfügung.

Weitere Informationen unter: d-s-m.com

Quelle/Bildquelle: DSM Deutsche Spirituosen Manufaktur GmbH