

PRODUKTGESTALTUNG

Der Marke ein Gesicht geben

Der letzte Teil unserer Artikelserie über Geiste thematisiert die Möglichkeiten der Produktgestaltung. Wegen der Allgemeingültigkeit ihrer Grundsätze lassen sich diese natürlich auch auf Brände und andere Spirituosen übertragen.

Das Produktdesign ist ein entscheidender Aspekt, der über Erfolg oder Misserfolg einer Marke entscheiden kann. Das Design von Flasche, Etikett und Verschluss hat nämlich Auswirkungen darauf, wie potenzielle Kunden ein Produkt wahrnehmen. Ist es ein „Hingucker“ oder geht es in der Masse vergleichbar aussehender Spirituosen unter? Diese Frage ist aber nicht nur bei Vertrieb zum Beispiel über den Handel wichtig, sondern auch wenn der Vertrieb aus-

schließlich direkt, zum Beispiel im eigenen Hofladen, erfolgt. In Zeiten von visuell ausgerichteten Medien wie Instagram und der damit verbundenen Prägung der Kunden ist Optik oft der entscheidende Faktor für initiale Aufmerksamkeit. Diese führt im besten Fall zum Kauf und – wenn die Optik stimmt und als „instagramable“ erachtet wird – gegebenenfalls sogar zu Postings in den sozialen Medien, die als Multiplikatoren nicht zu unterschätzen sind. In diesem Artikel befassen wir uns mit den grundlegenden Ideen, die dem Produktdesign für Geiste und Brände zugrunde liegen, mit den Elementen, die diese Ideen vermitteln können, und mit den umfassenderen Corporate-Design-Überlegungen, die sich auf die gesamte Marke auswirken.

FUNKTIONEN DES DESIGNS

Das Design eines Geistes oder Brandes sollte neugierig machen und dabei mehrere Grundgedanken transportieren. Erstens sollte es die Essenz der Marke vermitteln. Das kann die Entstehungsgeschichte des Produkts sein, die Werte, die das Unternehmen leiten, oder die Alleinstellungsmerkmale, die es von der Konkurrenz abheben. Da viele Abfindungsbrennereien eher klein sind und familiär geführt werden, macht es Sinn, dass das Design das widerspiegelt. Es kann und soll ein Gefühl von Qualität und Handwerk vermitteln und die Sorgfalt und Aufmerksamkeit betonen, die in die Herstellung des Produkts fließen. Das kann zum Beispiel durch handschriftliche Eintragungen auf den Etiketten oder durch aufgebraute Siegel erfolgen. Schließlich sollte das Design bei den Verbrau-



Durch die markante Flaschenform bleibt die Marke erkennbar, auch ...

chern eine bestimmte emotionale Reaktion hervorrufen. Das kann alles sein, von einem Eindruck von Luxus und Exklusivität bis hin zu einem Gefühl von Nostalgie oder Sehnsucht.

WICHTIGE ELEMENTE

Es gibt mehrere Elemente, die in ein Produktdesign integriert werden können, um diese Ideen zu vermitteln. Das Offensichtlichste ist die Form und der Stil der Flasche selbst. Eine einzigartige oder auffällige Flasche kann dazu beitragen, dass eine Marke in den Regalen hervorsticht und bei den Verbrauchern einen unvergesslichen Eindruck hinterlässt. Limitierend im Hinblick auf die Auswahl der Flaschen sind allerdings die gemäß Fertigpackungsverordnung für Spirituosen zulässigen Nennfüllmengen, die zum Beispiel die bei Wein üblichen Größen von 0,75 l und 0,375 l nicht umfassen.

Das Etikettendesign ist ebenfalls von entscheidender Bedeutung, denn es bietet die Möglichkeit, die Geschichte und die Werte der Marke durch Grafiken, Text und Bilder zu vermitteln. So können zum Beispiel für die Region typische Elemente wie Darstellungen der Landschaft, historische Abbildungen, Flaggen oder Wappen abgebildet werden. Hier ist gegebenenfalls auf urheberrechtliche Aspekte zu achten. Die für das Etikett gewählte Schriftart, Farbpalette und sein Gesamtlayout tragen ebenfalls zum Gesamtdesign des Produkts



Zwei Ansichten eines DSM-Produkts.



... wenn sich andere Elemente wie die Farbe und das Etikett bei den beiden neuen Gins ändern.

bei. Allerdings müssen auch hier die Limitationen aufgrund der einschlägigen Regelungen der Spirituosenverordnung im Hinblick auf die Produktbezeichnung (zum Beispiel Verwendung der Begriffe Geist, Brand oder Spirituose) und die lebensmittelrechtlichen Kennzeichnungsvorschriften beachtet werden. Ein guter Überblick zu letzteren ist zum Beispiel beim Verband Badischer Klein- und Obstbrenner zu finden: (<https://www.kleinbrennerbaden.de/index.php/brenner/kennzeichnungsvorschriften>).

Weitere Designelemente, die zur Gesamästhetik eines Produkts beitragen können, sind der Verschluss oder die Kappe, die individuell an das Erscheinungsbild der Marke angepasst werden können. Zum Beispiel kann sich der Geist oder Brand durch einen speziellen Verschluss, zum Beispiel aus Naturkork oder Glas, oder auch eine besondere Versiegelung von der Masse abheben. Auch eine zusätzliche äußere Verpackung für die Flasche, wie eine Schachtel oder ein Beutel, kann so gestaltet werden, dass sie die Identität der Marke unterstreicht und ein Gefühl von Luxus oder Exklusivität vermittelt. Allerdings sind dies auch immer Elemente, die bei der Preiskalkulation im Hinblick auf die Käu-ferschaft berücksichtigt werden müssen.

DAS GROSSE GANZE

Das Produktdesign ist zwar ein wichtiger Aspekt einer Spirituosenmarke, aber es ist nur eine Komponente eines umfassenderen Corporate-Designs. Das Corporate Design umfasst alle visuellen und erlebnisorientierten Elemente, mit denen die Kunden in Berührung kommen, wenn sie mit der Marke interagieren, einschließlich der Website, der Profile in den sozialen Medien, der Werbekampagnen und der Materialien am Verkaufsort. Die Entwicklung einer kohärenten Corporate-Design-Strategie erfordert ein klares Verständnis von den Werten, den Zielgruppen und Zielen der eigenen Marke. Das Design sollte über alle Elemente hinweg stimmig sein, um ein nahtloses und einprägsames Erlebnis für die Kunden zu schaffen. So sollten beispielsweise die

VETROelite
A TRICORBRAUN® COMPANY

WENN DAS GLAS EIN
GESCHMACKSERLEBNIS IST.
AN IHRER SEITE SEIT 1994.



FLASCHE: OASIS
VETROELITE SELF-PROMOTION

VETROELITE S.r.l.

Via 1° Maggio, 4
31024 Ormelle, Treviso - ITALY
Ph. +39 0422 205711
info@vetroelite.com
www.vetroelite.com





Wiedererkennbarkeit: sprichwörtlich auf der ganzen Linie.

Farbpalette und die Typografie auf dem Produktetikett auf die Website und die Profile in den sozialen Medien übertragen werden, um eine einheitliche visuelle Identität zu schaffen.

DIE UMSETZUNG

Die Umsetzung eines Produktdesigns und einer umfassenderen Corporate-Design-Strategie kann intern oder mit Hilfe einer Agentur oder eines Dienstleisters erfolgen. Die Beauftragung einer Agentur kann zwar teurer sein, bietet aber auch Zugang zu einem breiteren Spektrum an Designkompetenz und Ressourcen.

Aber auch, wenn das zur Verfügung stehende Budget hierfür nicht ausreicht, gibt es dennoch einige Designelemente, die zu geringen oder angemessenen Kosten umgesetzt werden können. Dazu gehören die Aktualisierung des Produktetiketts mit einer neuen Schriftart oder Farbpalette, die Erstellung individueller Verpackungen oder die Investition in hochwertige Pro-

duktfotos für die Verwendung auf der Website und in den Profilen in den sozialen Medien.

FAZIT

Für die erfolgreiche Vermarktung von Geisten und Bränden ist das Produktdesign ein sehr wichtiger Aspekt. Ein optisch ansprechendes Äußeres, von der Flasche über das Etikett, den Verschluss bis hin zu einer individuellen Umverpackung, macht auf die Marke aufmerksam und löst Kaufentscheidungen aus. Das Design sollte die Alleinstellungsmerkmale der Marke vermitteln und gleichzeitig eine positive emotionale Reaktion beim Kunden hervorrufen. Ein stimmiges Corporate-Design, das alle Markenelemente, Produkte und Marketingkanäle umfasst, schafft einen hohen Wiedererkennungswert und sorgt für eine emotionale Markenbindung.

Text: **Tim Müller**

Bilder: **DSM**

Deutsche Spirituosen Manufaktur Produktentwicklung

Die Deutsche Spirituosen Manufaktur hat bereits für eine Reihe namhafter Kunden Produktentwicklungen im Segment der Premium-Spirituosen umgesetzt. Die aus dem umfangreichen Entwicklungsaufwand von über 1.800 Produktentwicklungen hervorgegangenen über 120 Geiste, Brände und Liköre der Manufaktur stellen die Basis für den von der DSM entwickelten Baukasten dar, mit dem die Manufaktur dem Kundenwunsch nach individualisierten Spirituosen Rechnung trägt. Dieser erlaubt bei der Entwicklung besonderer Premium-Spirituosen schier unendliche Kombinationsmöglichkeiten. Mit der 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 zügige Umsetzung der Projekte und im Bedarfsfall auch eine problemlose Skalierbarkeit.
<https://d-s-m.com>

Ein guter Tropfen verdient ein perfektes Etikett!

Wir sind Ihr Grafikdesign- & Druckpartner:

Wir beraten Sie auf dem Weg zum individuellen und gesetzeskonformen Lebensmitteletikett!

- **Viele Designvorlagen** für Etiketten online gestaltbar (Wir drucken ab 20 Stück.)
- **Persönlicher Grafikdesign-Service**
- Selbstklebende oder trockengummierte Etiketten (auf Bogen oder Rolle)
- **Vielfältige Veredelung** z.B. mit Gold-, Silber- oder Blindprägung erhältlich
- **Große Materialauswahl:** vom Graspapier bis hochtransparenten Folienetiketten



TOPP
DRUCK

WERK
STATT

Besuchen Sie unseren Webshop: info@topp-druck.de
TOPP-Druck.de Tel. 089-86 399 766



Tim
Müller

Tim Müller ist Betriebswirt und Geschäftsführer der DSM. Er kümmert sich u.a. um Vertrieb und Marketing.