

Die Designstudie:

„Absolute Freestyle“ –
Weinetiketten für das 3. Jahrtausend

„Absolute Freestyle“ – Weinetiketten für das 3. Jahrtausend

Die Designstudie: Mit „freier Hand“

Aus der intensiven Beschäftigung mit dem Thema Wein ist bei den „12endern“ eine Designstudie entstanden, die Weinetiketten losgelöst von kundenspezifischen Zwängen zeigt. Dabei hatten unsere Kommunikationsdesigner bei der Gestaltung beabsichtigt „absolut freie Hand“.

Nur so, dachten wir, entsteht am ehesten ein „Abbild des 3. Jahrtausends“ – bewusst ohne Berücksichtigung der Faktoren wie Zielgruppen und Marketingstrategien, betriebliche Traditionen, Orte oder Weinlagen. Einerseits ungewöhnlich, andererseits provokant, so fallen die Entwürfe unserer Konzeptstudie aus und sind gleichzeitig so sehenswert, dass wir sie Ihnen zeigen möchten ...

„Absolute Freestyle“ – Weinetiketten für das 3. Jahrtausend

Der Hintergrund: Die „Generation Internet“

Veränderungsprozesse in unserer Gesellschaft verlaufen seit wenigen Jahren derart beschleunigt, dass die Adaption der Wein-Erscheinungsbilder an die Seh- und Geschmacksgewohnheiten der „Native Digitals“ einer kleinen Revolution gleichen müssten.

Durch das „vernetzte“ Einkaufsverhalten ohne Regionalbezug der „Generation Internet“ könnte das traditionelle Etikett zugunsten von imagebildenden Wein-Erscheinungsbildern in den Hintergrund treten. Fest steht: Die Individualisierung von Produkten steht mehr denn je im Vordergrund, und um Verbraucher zu gewinnen, sind neue Sichtweisen, Flexibilität und Erneuerung erforderlich.

„Absolute Freestyle“ – Weinetiketten für das 3. Jahrtausend

Das Anliegen: Der „fruchtbare Austausch“

Über diesen „spielerischen“ Umgang mit dem Thema Wein möchten wir gerne mit Verbänden und Weingütern in Kontakt kommen, die gegenüber unserer freien Studie aufgeschlossen sind. Das heißt konkret, dass wir die Entwürfe vor Ort vorstellen möchten, um die Reaktionen und Meinungen mit Ihnen zu diskutieren.

Der 12ender-Standort in Mannheim liegt in der Kurpfalz zentral – also ideal für einen fruchtbaren Austausch, den wir mit unseren „Freestyle-Etiketten“ anstoßen möchten: Ihr persönliches Feedback ist ausdrücklich erwünscht!





Acolon

Wachtelheim Winzer

PFALZ
2003

Qualitätswein: A..P. Nr.245727-WB-129



Silvaner Trocken
Wachtelheim Winzer

PFALZ
2006

Qualitätswein: A..P. Nr. 13137-WB-129



Wäidenheimer Mandelgarten
Wachtelheim Winzer

PFALZ
2001

Qualitätswein: A..P. Nr. 13137-WB-129















**MAHLBAUMWEINE
SEIT 1921**







07
Apfelsammlerin

2009
Schwarzwilderin

2007
Spätleserin

Deutschland

Apfelsammlerin



Schwarzwilderin



Deutschland

Spätleserin





ROT IST DAS FLEISCH DER TEUERSTEN FRÜCHTE – SCHWARZ, DIE FARBE DER SCHÖNSTEN FLASCHEN UND WEISS, DIE FARBE DER SEELE. FISCHINGER WEINE – MEER GENIESSEN.



FISCHINGER WEINE
DER TRINKENDE MUND IST DAS PORTAL
ZUM GLÜCK. WIR TRINKEN GERNE.





Jung. Eine Leibesfrucht.



„Absolute Freestyle“ –
Weinetiketten für das 3. Jahrtausend

12ender GmbH

Agentur für Kommunikation und Design
Pflügersgrundstraße 15
68169 Mannheim
T 0621.3390657

Ansprechpartner: Marc Wnuck (GF)

marc@12ender.de
www.12ender.de