

LECKER DIE WELT VERBESSERN

Keine schicken Models. Keine Opern, kein Regenwald-Tamtam. Sonnenstoff ist nur ein richtig gutes Bier, das zu 100% mit regenerativer Energie und besten regionalen Rohstoffen aus kontrolliertem Anbau gebraut wird. Das schmeckt man und das schont die Umwelt. So einfach ist das.

Anfragen / Bestellungen: sonnenstoff@felsenbraeu.com
www.felsenbraeu.com oder Tel: 09147/94266

Kaufen?



Sauber.



Konzept

Fresh Food Awareness

Produktdesign
Thomas Urbany

Produktwahl:

Nach Einschätzung der Notwendigkeit und Realisierbarkeit meines Konzeptes für die Marke Bionade habe ich mich dazu entschlossen mich für ein anderes Produkt zu entscheiden, bei welchem mein Werbekonzept zutreffender und angebrachter ist.

Meine Wahl wurde natürlich von meinem bestehenden Konzept entscheidend beeinflusst.
Meine Recherche ging in Richtung Bio- Biere.

Ich entschied mich letzten Endes für das Produkt Sonnenstoff. (<http://www.sonnenstoff.com/>)

„Keine schicken Models. Keine Opern, kein Regenwald-Tamtam.

Sonnenstoff ist nur ein richtig gutes Bier, das zu 100% mit regenerativer Energie und besten regionalen Rohstoffen aus kontrolliertem Anbau gebraut wird. Das schmeckt man und das schont die Umwelt.

So einfach ist das.“

Marke:

Sonnenstoff ist der ehemalige Felsenbräu von Felsenbräu.

Brauerei:

Die Privatbrauerei Felsenbräu der Familie Gloßner in Thalmannsfeld, Mittelfranken produziert seit über 80 Jahren Premiumbiere. Sie ist ein mittelständisches Unternehmen und zählt zu den großen in ihrer Region. Ihre Biere spiegeln die ursprüngliche Frische und Natürlichkeit ihrer Heimat wider. Gebraut nach alten überlieferten Rezepten und dem deutschen Reinheitsgebot von 1516 frei nach dem Motto: „**Frische, die man schmeckt**“.

Dieses Engagement für die Heimat zeigt sich auch im angewandten Klimaschutz durch die Umstellung auf energieeffiziente Produktionstechniken und die Nutzung erneuerbarer Energien. Felsenbräu ist Mitglied des Umweltpakts Bayern und verfügt über ein Umweltmanagementsystem. Vor diesem Hintergrund erhielt Felsenbräu als erste Brauerei in Deutschland die Zertifizierung als Solarbier Brauerei im Mai 2007 von der TU München-Weihenstephan. Dies alles zeichnet sie im besonderen Maße als Produktpartner der Solarbierwelt aus.

Konzept:

Farbliche Gestaltung des Corporate Design:
Firmenlogo, Etikett, Werbeslogans und Werbebilder

Farbgebung:
Gestaltung in lumineszierender Farbe.

Ergebnis:
Bildinhalt stellt sich selbstständig auf vorherrschende Lichtverhältnisse ein.

Bei Tageslichtverhältnissen:
Kenntlichkeit der gewohnten Ausgestaltung.

Bei schlechten Lichtverhältnissen:
Lumineszierende Farbgebung hervor.

Das Etikett der Flasche:

Im Dunkeln leuchtend kommt dieses Getränk besonders in Clubs oder Bars zur Geltung. So wird es vor allen anderen Getränken zum Blickfang und gibt dem Konsumenten ein Stück Identität mit auf den Weg den dieser durch die Lokalität auf sich nimmt, wenn er das auffallende Produkt mit sich führt.

Gestaltung der Werbeplakate:

Die formale farbliche Gestaltung der Werbeplakate ist ebenso lichtverhältnisorientiert. Am Tag sticht das Plakat mit reduzierter Farbgebung heraus, mitsamt einem Slogan der auf die Nacht hindeuten mag.

In der Nacht hingegen kommt das zuvor verborgene Bild zum Vorschein, welches sich explizit auf das Produkt und die zu kommunizierende Botschaft bezieht. Da die meisten Plakate nachts unleserlich sind, sticht diese Plakatgestaltung besonders ins Auge.

Diese Kommunikationsstrategie lässt sich auf Flyerwerbung und andere Printoptionen ausweiten.

Onlinewerbung:

Die Besonderheit auf der Homepage wird ein Design, welches sich nach Uhrzeitorientierung verändert.

So werden ab einer bestimmten Uhrzeit Nachtverhältnisse nachgeahmt.

Bekleidung:

Das gleiche Ziel wird hier verfolgt:

Kleidungsstücke werden auf gleiche Weise bedruckt wie das Etikett und die Werbeplakate, wobei die spezielle Ausgestaltung variiert.

Die Besonderheit verbirgt sich natürlich, wie auch bei dem Etikett und der Plakatwerbung, in der Erscheinung unter anderen Lichtverhältnissen.

Mit dem Tragen dieser Kleidung wird ein Identifikationsprozess in die Wege geleitet.

Die Marke sowie die Herstellung des Produktes sind signifikant und vermitteln darüber hinaus eine klare Botschaft.

Mit der besonderen Eigenschaft der Lumineszenz haben diese Kleidungsstücke eine erhöhte Chance von nachtaktiven Menschen getragen zu werden, die auf diese Weise darüber hinaus die aufgedruckte Werbebotschaft kommunizieren. So wird unweigerlich auf das Produkt hingewiesen und in der zu erreichenden Zielgruppe vorgestellt.

Gestaltung:

Kern der Gestaltungselemente soll der Ursprung der Energie sein, die zur Herstellung des Bieres benötigt wurde: Die Sonne.

Überdies schafft dieses Objekt einen Kontrast zu vorherrschenden Lichtverhältnissen – die Sonne, die im Dunkeln leuchtet.

Im ursprünglichen Etikettdesign befindet die dargestellte Sonne im Hintergrund.

Im neuen Etikettdesign wird diese bei schlechten Lichtverhältnissen selbstständig zu leuchten beginnen.

Analog werden Plakat, Homepage und Kleidung gestaltet.