

creativ verpacken

**Packaging
Design
Marketing** Oktober 2024 / 7
217. Ausgabe
A 42311

Beutelsbacher:
Energiekick für jeden Tag

Meyer-Näkel:
Wein der Hoffnung

Künstliche Intelligenz:
Aus der Designpraxis

Getränke

Beutelsbacher:

Bio trifft Energy – der gesunde Kick?

Erfrischungsgetränke sind ein stetig wachsender Markt – insbesondere Energy Drinks werden gerne gekauft. Kein Wunder, denn der Alltag vieler Menschen erfordert hohe Konzentrations- und Leistungsfähigkeit. Gerade junge Leute führen ein aktives Leben, in dem die Nacht oft zum Tag wird. Gleichzeitig steigt der Trend zu bewusster Ernährung. Das fordert gesündere Alternativen zum bisherigen Energy-Sortiment. Doch gehen Bio und Energy überhaupt zusammen? – von Martina Dittus



Foto: Dittus Design/ studio biscotti

Die Energy Drinks in einem eigenständigen Look.



Foto: Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei/ Lisa Fresser

Feuertaufe für die Energy Drinks auf einer Studentenparty.

Die Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei GmbH legt ihren Fokus bereits in der vierten Generation auf Getränke in besser Bio-Qualität. Unter ihrer bestehenden Marke 365 entwickelte sie drei Rezepturen für Energy Drinks, die ohne chemische Inhaltsstoffe und Taurin auskommen. Rein biologische Zutaten, sowie natürliches Koffein oder Guarana, sorgen für den Energiekick – und das an 365 möglichen Tagen im Jahr.



Martina Dittus
Dittus Design
Esslingen
www.dittus-design.de

In Sachen Packungsdesign bestand die Herausforderung darin, das bestehende Branding der Marke 365 für eine junge Zielgruppe attraktiv zu machen. Knifflig, doch auch spannend – so die Herausforderung.

Das ursprüngliche Design bestand aus einem schwarz-beige kombinierten Hintergrund. Illustrierte Früchte wurden von der farblich hinterlegten Sortenbezeichnung unterstrichen. Schwarzanteil und Marken-

schrift mussten beim neuen Konzept beibehalten werden, was den gestalterischen Spielraum stark einschränkte. Die Entscheidung fiel auf eine typografisch-grafische Lösung, da so die Sorten groß gespielt werden konnten. Die fette Serifenschrift setzt hierbei ein Gegengewicht zur großen dunklen Fläche und greift den aktuellen Retro-Trend dezent auf. Eine schwarze Banderole umspielt nun die Flasche, gekrönt vom gut sichtbaren Biosiegel. Anstelle des beige Fonds sorgen grafische Flächen in knalligen Farbkombinationen für den optischen Kick – passend zur jeweiligen Geschmacksrichtung. Das Blau von Energy orientiert sich an der Farbcodierung des Benchmark-Produkts Red Bull. Die Subline Daily Energy verbindet den Markennamen 365 mit dem Benefit der Drinks.

Außergewöhnlich ist, dass das Getränk in einer Glas-Mehrwegflasche angeboten wird und nicht in einer Dose wie auch bei vielen Bio-Mitbewerbern. Ein grafischer Button auf dem Etikett weist explizit darauf hin, dass die Flasche recyclingfähig ist – noch ein Pluspunkt für das Produkt, den die Zielgruppe zu würdigen weiß. 365 Daily Energy bestand im letzten Jahr die Feuertaufe auf einer Studentenparty. *Schmeckt, kickt und macht Laune* – so die Resonanz des jungen

Publikums. Und wer bisher eher einen Bogen um Energy Drinks gemacht hat, könnte nun auf den belebendem Geschmack natürlicher Zutaten kommen. Aufgrund der hohen Nachfrage, wurde die Range im Frühjahr 2024 um die Sorte *Wild Berry* erweitert. ➔



Foto: Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei

Die Zugehörigkeit zur Marke Beutelsbacher ist bei Säften und Energy Drinks klar zu erkennen.