Etiketten mit Effekt

Artikel vom **26. November 2020**
Etiketten und Druck



Dank eingearbeiteter Materialien ist jedes Etikett einzigartig und erzählt die exklusive Geschichte der Marke (Bild: Vollherbst Druck).

Mit einem speziell entwickelten Verfahren arbeitet Vollherbst Materialien oder Aromen in Etiketten ein, z. B. Gestein aus dem Weinberg, besondere Botanicals eines Gins oder Sand aus der afrikanischen Savanne. Craft- und Handmade-Produkte, Bio- und Premiumerzeugnisse sollen durch »craftLabel« noch authentischer und durch ihre individuelle Geschichte emotional wertvoller wirken. Ziel ist Storytelling, die auf dem Etikett sichtbare, erlebbare und spürbare Geschichte soll dem Produkt Authentizität und Tiefe verleihen und das Produkt durch das Etikett zur Marke werden. Das erste Etikett der Reihe entstand am Firmensitz in Endingen am Kaiserstuhl, in einer Region, die bekannt für ihre Weine ist, die größtenteils auf Lössboden heranwachsen. Ein Etikett, in das der Lössboden eingearbeitet wird, war die passende Lösung für einen Wein aus dieser Region. Ein weiteres Beispiel ist das Etikett für die »Windspiel Gin Sonder-Edition«, die exklusiv vom Handelsunternehmen Apropos verkauft wird. Das Etikett sollte diese Einzigartigkeit symbolisieren und enthält daher Bronzestaub, was die

Exklusivität des Gins und des Handelsunternehmens reflektiert.

Jedes Etikett ist besonders, einzigartig und jedes Material verhält sich anders. Im Etikett steckt – wie im Produkt – Handarbeit. In mehreren Tests wird das beste Mischverhältnis ermittelt, damit für die Konsumentinnen und Konsumenten die Inhaltsstoffe sichtbar und spürbar sind. Die Herstellung der Etiketten hat das Unternehmen auf Basis konventioneller Druckverfahren entwickelt, sodass eine Reproduktion in Großauflage möglich ist.

Hersteller aus dieser Kategorie

© 2025 Kuhn Fachverlag