

## ENTDECKEN ERKENNEN ERLEBEN

„Entdecken, erkennen, erleben“ lautet die neue Strategie des Weingutes A. Diehl in Edesheim. Konsequenterweise wird dieses Motto im Außenauftritt des Weingutes umgesetzt, und zwar in allen Medien: in der Website, den Geschäftspapieren, der Imagebroschüre, den Kartons - bis hin zur Fahrzeugbeschriftung, einem neuen Leitsystem mit edlen Haus- und Hofschildern, Preislisten, Flaschenetiketten und Flaschenkapseln und vielem mehr.

Rund ein halbes Jahr hatten sich Andreas und Alexandra Diehl zusammen mit den Medienagenten, Bad Dürkheim, Zeit für dieses umfangreiche Projekt genommen. Die gelebte Unternehmensphilosophie des Hauses und der spezielle Umgang mit seinen Produkten setzten die Impulse für die völlige Überarbeitung der Corporate Identity. Auch in der sachlich-strengen Innengestaltung der Vinothek fand die neue CI ihren Niederschlag: Die Entwürfe für die Flaschenkapseln gefielen Alexandra Diehl so gut, dass sie im Format zwei mal ein Meter nunmehr die Wände plakativ schmücken dürfen.

Oberste Maxime bei der Kreation der CI war absolute Geradlinigkeit, die sich wie ein roter Faden durch das crossmediale Erscheinungsbild mit seinen vielen einzelnen Elementen ziehen sollte. „Eine besondere Herausforderung bei einem so bodenständigen Gut wie dem Wein“, meint Medienagent und Projektleiter Christoph Ziegler. „Jedes einzelne Element der CI sollte nicht nur rein optisch zu den anderen passen, sondern dem gesamten Außeneindruck geradezu Flügel verleihen. Unsere Aufgabe war es, die Eckpfeiler der Diehl-Philosophie – Geradlinigkeit, Authentizität / Echtheit und absolute Sortenreinheit der Weine – in alle Medien zu transportieren.“

Die Markenphilosophie der bei Diehl praktizierten Sortenreinheit gab dann noch den neuen Etiketten den letzten Schliff. Nun tragen die sortenreinen Weine das Etikett ‚eins zu eins‘, die Cuvées nennen sich ‚drei zu eins‘.