

RED DOT AWARD für die medienagenten / Weingut Sektgut Destillerie A. Diehl



reddot design award
winner 2009

Für das Corporate Design des Wein- und Sektguts A. Diehl aus Edesheim wird die Pfälzer Agentur mit dem Red Dot Award 2009 ausgezeichnet

„ENTDECKEN ERKENNEN ERLEBEN“ – diese drei Begriffe bilden das Grundgerüst der neuen Corporate Identity (CI) des Weingutes A. Diehl in Edesheim. Sie erzählen in kürzester Form die Geschichte einer Begegnung mit einer guten Flasche Wein. Zugleich stehen sie in ihrer grafischen Schlichtheit und Klarheit für die Eckpfeiler der

Unternehmensphilosophie im Hause Diehl: Geradlinigkeit, Authentizität und absolute Sortenreinheit der Weine.

Diese Grundzüge der neuen CI haben die medienagenten in intensiver Zusammenarbeit mit Andreas und Alexandra Diehl erarbeitet. „Um ein Unternehmen tatsächlich authentisch zu präsentieren, bedarf es einer ausgiebigen Analyse“, meint Christoph Ziegler, der die Winzer bei den medienagenten als Projektleiter betreute. „Wir wollen nicht nur wissen, auf welchem Niveau das Gut arbeitet, sondern wir möchten die Menschen wirklich kennenlernen, um sie später dem Betrachter möglichst authentisch nahezubringen. Ein gutes Design kann man an jeder Ecke kaufen, aber ein inhaltlich passendes nicht.“

Dann ging es um die Ausarbeitung bis ins Detail, denn die neue CI wird in jedem Medium umgesetzt, von den Flaschenkapseln bis zu der Beschilderung auf dem Gut, von der Website bis zur Imagebroschüre. Rund ein halbes Jahr nahmen sich alle Beteiligten für dieses Projekt Zeit. Auch in der modernen, eleganten Innengestaltung der Vinothek fand die neue CI ihren Niederschlag: Die Entwürfe für die Flaschenkapseln gefielen Alexandra Diehl so gut, dass sie nun im Format zwei mal ein Meter auf Leinwand die Wände des Verkostungsraums schmücken.

Die bei A. Diehl praktizierte Sortenreinheit fand ihren Niederschlag in einer neuen Kategorisierung der Weine: Die Cuvées nennen sich „drei zu eins“, und die sortenreinen Weine sind auf dem Etikett mit „eins zu eins“ bezeichnet. Denn hier schmeckt ein Riesling „eins zu eins“ nach Riesling.

Auf der Website und in der Imagebroschüre haben die drei Schlagworte auch gliedernde Funktion und ersetzen als intuitive Leitideen die üblichen Menüpunkte. „ENTDECKEN“ steht für eine Entdeckungsreise durch das Weingut. In einem schlicht gehaltenen Bilderbogen aus den verschiedenen Arbeitsbereichen schärft je ein herausgehobener Bildbereich den Blick fürs Detail. Unter „ERKENNEN“ stellt die Winzerfamilie sich und ihre Arbeitsweise vor: Wie in einem Fotoalbum mit beschrifteten Zwischenbögen aus Transparentpapier werden hier Zitate der Winzer und ihrer Mitarbeiter stilvoll mit farbreduzierten Bildern kombiniert. In dem Bereich „ERLEBEN“ geht es um das Erlebnis Wein und um die Präsentation der Produkte.

Geradlinigkeit und Klarheit des Ausdrucks sind in einem so traditionsgeprägten Gewerbe wie dem Wein nicht leicht umzusetzen, aber für das Wein- und Sektgut A. Diehl ist die Rundumerneuerung gelungen. „Unsere Aufgabe war es, die Eckpfeiler der Diehl-Philosophie in alle Medien zu transportieren“, so Christoph Ziegler. „Jedes einzelne Element sollte nicht nur rein optisch zu dem anderen passen, sondern den Gesamteindruck stärken, ihm geradezu Flügel verleihen.“ Für die junge Pfälzer Agentur, die sich als Spezialistin für Weingüter immer mehr einen Namen macht, ist der Red Dot Award 2009 jedenfalls eine wichtige Station auf ihrem Flug.