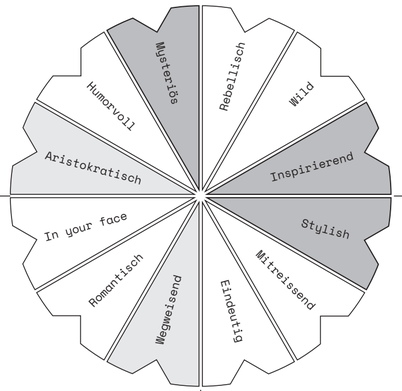
Jus(t)

02. Die Persönlichkeit

Archetyp / Persönlichkeit	
Modern-Day Alchemist	
Unser Alchemist ist ein Mischwesen, zwischen Mann und Frau. Er*Sie blendet Geschlechter durch geheimnisvollen Reiz und wandelt sein Charisma wie ein Chamäleon die Farbe. Egal, zu welchem Zeitpunkt der*die Alchemist*in den Raum betritt, zieht er*sie die Leute in einen Bann. Er*sie ist weiß gekleidet, hat langes weißes	Haar. Er*sie spricht nicht viel, doch sein*ihr Blick ist ruhend und tief. Du weißt, hinter diesen Augen liegen Galaxien aus lang vergessenen Zeiten und Wissen, an das sich heute keiner mehr erinnert. In diesen Augen verbirgt sich ein tiegründiges Rätsel. Seine*Ihre Präsenz ist souveräne inspirierende Ruhe und Kraft. Insgeheim hoffst du irgendwann zu verstehen, was der*die Alchemist*in mit ihren Augen zu sehen vermag.



03. Das Erlebnis

Markenversprechen	Story: Wiederkehrender Zyklus
Artisan-Alkoholika mit 100% natürlichen Zutaten - Frisch mit spannendem Twist - Herausfordernd - Verbindet ungewöhnliche Komponente zu einer Gesamtmischung. Inspiriert. - Botanical: Floral trifft herbal	Im Universum gibt es natürliche Proportionen, Zahlen und Prozesse, die in immer wieder neue Form in unser Leben treten. In der Antike gefunden, nach traditioneller Art hergestellt, in ein kontemporäres Erlebnis gebracht. Wie ein Enzym der Neuzeit verwandelt Verjus Artisan-Gin bzw -Vodka mit ätherischen Botanicals in einen einzigartigen Sprizz: Jus(t)

01. Die Basis

Der Markenkern
Gin / Vodka / (...) Verjus, mit herbal/floralen Note
Natürlicher, **aristokratischer Verjus-Sprizz** auf Basis qualitativer Alkoholika, mit **sanftem botanischen Kick**.

04. Design — Text — Kommunikation

Komponente & Erlebnis
Gin / Vodka / (...), Verjus, Soda, herbal, floral
Leicht & süffig, würzig, **erfrischend**, nicht süß, interessant, raffiniert
90% Weiße Fläche 10% schwarze Linien Farbe als flächiger Blockkontrast und als Element zum Entdecken

Tonalität
Archaisch, poetisch, symbolisch, wenig & gewählt Jus(t) ist ein kontemporärer, moderner Zaubertrank. Genau so, wie er eine dialogführende Ikone ist, stiftet er dich orakelhaft zum nachdenken an. Jus(t) will entziffert werden.
Nummer 1 Gin-Lavendel-Rosmarin
Nummer 2 Vodka-Rose-Basilikum

Look & Feel
puristisch, transparent, visuelle Symbolsprache, übersichtlich & ordentlich nicht schreierisch
Visueller Dialog: Ordentlich und sauber, aber niemals zu offensichtlich → spielerisch erforschbar
Farblicher Kontrast: Design wird vorwiegend schwarz, weiß aufgezogen. Der farbliche Kontrast befindet sich plakativ an einer besonderen Stelle, die entdeckt werden kann. → spielerisch erforschbar

05. Die Vision

Markenwert / Wachstum	Der Vertrieb
Vision ist es, Jus(t) nicht als Alkopopgetränk in einem Billigsektor zu verkaufen, sondern über die Herstellung, das besondere Konzept und den Look einen starken Wert für das Produkt aufzubauen. Über die wachsende Beliebtheit wollen wir hohe Verkaufszahlen generieren, neue Vertriebspartner finden und expandieren.	Das Erlebnis und die Persönlichkeit sind teil des Vertriebskonzeptes von Jus(t). So wird im persönlichen Vertrieb immer erst eine Spannungskurve aufgebaut, bevor die nicht sichtbaren Vorteile erklärt werden. Die Verpackung gibt zusätzlich Anreiz die Persönlichkeit und den Geschmack von Jus(t) spielerisch zu erforschen, um nachhaltige Aha-Erlebnisse zu generieren.