

Black Forest beer arculatterv

Erdélyi Máté

Nyíregyházi Főiskola, Vizuális Kultúra Intézet
Környezetkultúra, 3. évfolyam

Szepessy Béla DLA grafikusművész

Úgy, ahogy minden embernek van bizonyos kisugárzása úgy minden egyes tárgy is közvetíthet információt és válthat ki valamiféle reakciót vagy akár érzést, amellyel hathat az emberekre. Az arculat, illetve az image legfőbb mondanivalója, hogy mit szeretnénk megmutatni magunkból és mit akarunk közvetíteni a környezetünknek. A teljes megjelenésünk egy érzést kelt a többiekben és ez adja arculati megjelenésünk egészét.

A leglényegesebb tehát, hogy mit akarunk átadni magunkból, milyen képet szándékozunk sugározni másoknak. Az alkalmazott grafika lehetőségein belül egy arculatot érzek legközelebb magamhoz, mert az általam képviselt stílust ötvözve napjaink trendjével valami olyan látványosat és egyedit tudok létrehozni általa, ami összetettségével újítást és egyben maradandót nyújthat az emberek számára.

A téma, amit választottam egy új márka, egy új brand, amely eddig nem látott megjelenésével és annak komplett arculatával egy teljesen új sör Black Forest névvel. Ez egy általam kitalált és létrehozott fikció, ami szerintem kielégítő lehet a fogyasztók számára. Az elképzelésem az volt, hogy az emberek nagy része számára kedvelt italt, a hagyományos ízeket és azok íz változatait megtartva ruházzam fel a sört, egy olyan külső megjelenéssel, ami elegáns és megfelel a mai divatirányzatoknak. Az izgalmas természethez is kapcsolódó fa felső leegyszerűsített - ezáltal akár kissé minimalistának is tekinthető - logó még izgalmasabbá teszi a már amúgyis figyelemfelkeltő márkanévet. Tehát, mint minden arculatnak, ennek is fő meghatározó eleme a logó, amely szabálytalanságot tükröz a kacskaringós és kacifántos részeivel, azonban a találkozásuknál egy centrális alakban egyesülnek, ezzel is kifejezve a márka igazi mondanivalóját.



A márka üzenete pedig nem más, mint hogy bármennyire is különböznek az emberek, bármennyire is más az életük a mindennapjaik, mindig van egy közös pont, ami pontosan azt nyújtja, amire éppen szükségük van. A márkában mindenki megtalálhatja, a kedvére való sört legyen az fekete, barna, világos, ízesített vagy alkoholmentes.

A külső megjelenésen két szín dominál: a fekete és a fehér, amelyek letisztultságot és eleganciát sugároznak az egymáshoz viszonyított kontraszt által. A sör jelenlegi arculata

két különböző megjelenéssel rendelkeznek, amely a sörfajták különbségeire utal. A barna sörkülönlegesség matt fekete alapot kapott. Ezen jelenik meg a logó és a szöveg több nyelven, illetve a figyelmeztető piktogramok is fehérrel. A világos, ízesített és alkoholmentes sörfélék doboza lényegében a fekete sörös doboz inverze, ezzel jelölve az ízek és minőségek eltérését.



A különböző anyagokkal és eljárási technikákkal készült sörök is beletartoznak a Black Forest által forgalmazott sörök csoportjába, amelyeknek az előbb már említett alkohol tartalmuk is eltérő- az alkoholmentestől egészen az 12 százalékosig tart a skála. Mivel egy alapvetően alkoholtartalmú italról van szó így elengedhetetlen a korcsoport meghatározás. Itt egyértelműen a nagykorúak csoportja a megcélzott társadalmi réteg.

Az arculat ennél a terméknél igen komplex ugyanis a trend az alapelemeken kívül-, mint például a különböző méretű sörösüvegek, sörös dobozok, korsók, többféle poharak és csomagolások- feltűnhet a hétköznapiakban is. A logó valamint a sajátos design megjelenik számos helyszínen és felületen is. Esernyőkön, napernyőkön, cégéreken, járműveken, kitűzőkön, plakátokon, buszmegállóknak, sőt akár még ruházati cikkeken is, de a sornak még itt sincs, vége tulajdonképpen csak a képzeletünk szabhat határt abban, hogy hova ne illene.



Lényegében nem csak egy alkoholtartalmú italt szeretnék létrehozni, ami jól mutat a polcokon és finom, hanem egy fentebb már említett életérzést, stílust szándékozom átadni az embereknek, amelyet ez az arculat tökéletesen képvisel. A terv része az is, hogy ne csak hazai szinten kerüljön piacra a termék, hanem nemzetközileg is elismertté váljon. Épp ezért került fel a tájékoztató címkékre több nyelven is a termék alapanyagainak leírása. Ezen kívül fontos még, hogy egy minőségi ugyanakkor mindenki számára elérhető, azaz megfizethető sörről legyen és van szó. Az arculaton belül nagy figyelmet fordítok még a termék külső kommunikációjára is. Tehát, fontos hogy az emberek és ez által az ügyfelek körében pozitív kép alakuljon ki a munkám által képviselt márkáról, amelynek minden egyes elemét azzal az alapossággal terveztem, aminek a fundamentumát a funkcionalitás adja. Ezen felvállalt arculati elemek lehetőséget biztosítottak az eddig elsajátított ismeretek nagy százalékának alkalmazására.

Nos tehát összegezve a leírtakat- egy olyan márkát hoztam létre, ami a sajátos és egyedi megjelenésével figyelemfelkeltő ugyanakkor letisztult és elegáns. Minden különleges igénynek és elvárásnak megfelel, amire az emberek számítanak egy minőségi sörtől. Mindenki pontosan azt találja meg a Black Forestben, amire vágyik.