

KURZ und der EUREKA Weinspritzer: innovativ verpackte Schorle zur Steigerung der Kreativität



Fallstudie eines einzigartigen Etiketten- und Verpackungskonzepts für die Weinindustrie

Welche Faktoren beflügeln die Menschen und fördern ihre Kreativität – und welche hemmen sie? Das haben **Dr. Tobias Eismann** und **Dr. Martin Meinel**, die beiden jungen Gründer der **EUREKA INNOVATION UG**, intensiv untersucht. „Während unserer Forschungen zur menschlichen Fähigkeit Kreativität sind wir auch auf Studien zum Thema Alkohol gestoßen, die besagten, dass ein bestimmter Alkoholpegel tatsächlich eine positive Wirkung hat. Das liegt daran, dass er unsere Hemmschwelle senkt, eigene Ideen und Gedanken laut auszusprechen“, erklärt Tobias Eismann.

Diese Erkenntnis wollten die beiden promovierten Kreativitätsexperten letztlich in ein Produkt überführen und sie damit greifbar machen – so entstand der **EUREKA Weinspritzer**. Die Weinschorle wartet mit einem ungewöhnlichen Label-Konzept auf: Zwei Skalen auf dem Etikett markieren je nach Geschlecht und Körpergewicht die perfekte Menge des Getränks, um der eigenen Kreativität einen ordentlichen Schub zu verpassen. Na dann, zum Wohle!

EUREKA INNOVATION UG

Neben Weinschorle als Kreativitätsbooster arbeitet das Nürnberger Start-up bereits an weiteren innovativen Produkten zur Förderung von kreativem Verhalten.



Das Ziel

„Da es übergreifend um das Thema Kreativität geht, wollten wir unsere Message auch über das Etikett vermitteln und das Produkt möglichst attraktiv verpacken. Wir waren deshalb auf der Suche nach Möglichkeiten, unser bestehendes Produkt noch einzigartiger zu designen“, erklärt Tobias Eismann. Insbesondere war es den Gründern wichtig, die unterschiedlichen Verhaltensweisen und Arbeitsmodi, die Kreativität determinieren, als separate Flaschentypen darzustellen und zusätzlich Kreativitätsübungen in Form eines Booklets zu integrieren, abgestimmt auf die sieben Flaschentypen.

Gleichzeitig war **KURZ** gerade auf der Suche nach lokalen Kooperationspartnern, um die eigene Kompetenz im Bereich der Verpackungsveredelung anhand echter, marktreifer Produkte zu demonstrieren. Durch einen glücklichen Zufall wurden die Fürther (KURZ) auf die Nürnberger (EUREKA) aufmerksam. Die Chemie stimmte, und das Projekt kam ins Rollen.



Julia Meier, Marketing-Managerin bei KURZ, erinnert sich: „Es war ein spannender Prozess, bei dem wir gemeinsam Ideen entwickelt, mit Kreativität gespielt und so das Etikett extrem aufgewertet haben.“ Und wie das in Sachen Kreativität nun mal so ist: Wenn es einmal läuft, dann läuft's – mit dem Resultat,

dass aus dem einen Etikett letztlich sieben verschiedene Designvarianten plus eine Umverpackung geworden sind, die es nun kreativ umzusetzen galt.

Die Lösung

Der Flaschengeist zur Erfüllung aller kreativen Wünsche ist einmal mehr die **digitale Veredelung**. Die Etiketten wurden mit dem [DM-UNILINER 2D](#) veredelt, die Umverpackung – übrigens ebenfalls in sieben farblich passenden Varianten hergestellt – mit dem [DM-SMARTLINER](#). Beide Elemente haben auffällige Metallisierungen in Mattgold und Silber erhalten und sorgen in Kombination für ein besonderes Unboxing-Erlebnis



Inspiration für die zylindrische Umverpackung kam durch typische Whiskey-Verpackungen. Allerdings ist diese beim **EUREKA Weinspritzer** nicht geschlossen, sondern oben und unten offen. Sie liegt so eng an, dass die Flasche nicht herausfallen kann, und bietet auf ihrer Innenseite spannende Texte mit weiteren dekorativen Elementen sowie Metallisierungen. Gleichzeitig dient sie als Halterung für das Booklet mit Kreativitätsübungen zu jedem Flaschentyp. Hier gibt es also auf allen Ebenen etwas zu entdecken.

Das obere Ende der Umverpackung ist gezackt und sieht laut **Matthias Miederer, Product Manager Digital Embellishment Solutions bei KURZ**, wie ein „Design-Krönchen“ aus. „Über die Zusammenarbeit mit [EUREKA](#)



freuen wir uns sehr. Denn ein echtes Produkt ist natürlich ideal, um der Welt zu zeigen, was unsere neuen Maschinengenerationen leisten können. Dabei passen die sieben Variationen perfekt zu den vielseitigen Veredelungen von KURZ. Hier zeigen wir vor allem auf, welche Möglichkeiten die digitale Veredelung eröffnet und welche Variabilität sie bietet“, so Miederer weiter.

Warum KURZ?

KURZ bietet seinen Kunden ein **Gesamtpaket für digitale Veredelungslösungen aus einer Hand**: leistungsstarke Digitaltransfermaschinen wie **DM-SMARTLINER** und **DM-UNILINER 2D**, brillante Digitaltransferbeschichtung und effizienzsteigernde Anwendungssoftware. So werden aus Produkten echte Premium-Eyecatcher!

Ihre Vorteile mit der digitalen Veredelung von KURZ:

- Kundenspezifische Metallic-Veredelung für individuelle Etikettendesigns
- Attraktive Veredelung für Kleinserien, Sondereditionen oder unterschiedliche Produktserien
- Weite Bandbreite an Farben und Metallisierungen dank Überdruckbarkeit
- Nahezu keine Grenzen für kreative Gestaltung

Martin Meinel, Mitgründer von EUREKA, lobt auch die Zusammenarbeit mit KURZ: „Wir sind sehr vom co-kreativen Prozess begeistert – denn wir sehen hier ganz klar: Etwas besonders Kreatives entsteht dann, wenn mehrere Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven gemeinsam an etwas Neuem arbeiten und offen sind, den Raum der Möglichkeiten zu erkunden. Das ist nicht der Fall, wenn alle von Anfang an auf eine bestimmte Vorstellung festgelegt sind.“

Nachhaltigkeit, die sich sehen lassen kann

Natürlich spielt bei einem Projekt wie diesem auch das wichtige Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle. Bei der digitalen Veredelung mittels **DM-UNILINER 2D** und **DM-SMARTLINER** verbleibt **kein Plastikfilm**, weder **auf dem Etikett noch auf der Verpackung**. Die **Umverpackung** des **EUREKA**

Weinspritzers kann demnach im Papiermüll entsorgt werden und ist **problemlos recycelbar**.

Abschließend noch ein kleiner Hinweis: Wie viel **EUREKA Weinspritzer** während dieses Projekts getrunken wurde, bleibt natürlich das Geheimnis der kreativen Köpfe. Aber im Wein liegt noch eine weitere Wahrheit – nämlich die, dass „zu viel Alkohol natürlich auch nicht gut ist und ins Gegenteil umschlägt“, so Tobias Eismann. „Unsere Leidenschaft ist es, Menschen auf der ganzen Welt kreativer zu machen. Daher spenden wir auch pro verkaufter Flasche 1 Euro an Kreativitätsbildungsprojekte. Bitte trinken Sie dennoch stets verantwortungsvoll.“



DM-SMARTLINER



DM-UNILINER 2D