



# LIZ

## Innovation – Design – Ausstattung

### **Heimische Produkte auch in der Top-Gastronomie**

Hassia befindet sich seit Generationen in Familienbesitz. So verbindet das Unternehmen Tradition und Erfahrung mit der für mittelständische Unternehmen typischen Innovationskraft. Mit dem Mut zu Neuem geht bei Hassia das Bestreben einher, immer auf die sich stetig wandelnden Kundenbedürfnisse einzugehen. Aktuell ist ein Trend deutlich erkennbar: Die Verbraucher wünschen erstklassige heimische Produkte, und das auch im Mineralwasserbereich. Dem trägt LIZ Rechnung. Es erfüllt als neues Premium-Mineralwasser der Marke Elisabethen Quelle den Kundenwunsch nach einem qualitativ hochwertigen, eleganten Essensbegleiter. In formvollendetem Design präsentiert sich LIZ dem Gourmet in einer besonderen Form, einer edlen Karaffe. Dabei fällt der silberfarbene Ausgießer sofort als Besonderheit ins Auge – einzigartig und stilvoll. Zusätzlich wurden auch Bechergläser, ein Flaschenkühler und ein Edelstahl-Untersetzer im LIZ-Design entwickelt.

### **Designidee**

Für das Design von LIZ zeichnet die Offenbacher Strategie- und Design-Agentur „das markenhaus“ verantwortlich. Die beiden Geschäftsführer Ralf Logemann und Stefan Zimmermann sind auf Verpackungsdesign im Food-Bereich spezialisiert und arbeiten seit Jahren mit ihrem Team für Hassia. Ausgangspunkt bei der Entwicklung des Designs war der Wunsch nach einer einfachen und zeitlosen Flaschenform, mit einem wohldosierten Etwas. Eigenständig und Klassiker zugleich. Die Designidee basiert auf der Mineralwasserförderung selbst. Ralf Logemann, Mitgründer der Agentur „das markenhaus“ und einer der beiden Geschäftsführer für Design,



beschreibt das Konzept so: „Tief in der Erde, abgeschlossen von der Erdoberfläche, fließt das Mineralwasser in einem großen Reservoir von Spalten und Hohlräumen, bis es durch eine vergleichsweise schmale Bohrung als Fontäne ans Tageslicht tritt. Unsere Karaffenform abstrahiert und idealisiert diesen Vorgang des Wasser-nach-oben-Holens.“ So wurde eine Form entwickelt, die die Reinheit und Klarheit des Inhalts perfekt, aber ruhig und konzentriert zum Ausdruck bringt. So erhält das Mineralwasser seine natürliche Wertigkeit zurück.

In Symbiose zur Karaffe wurde eine Innovation hinzugefügt, die das Konzept sinnvoll und stilbildend ergänzt, ohne in ein Designschnickschnack abzudriften. Entstanden ist dabei eine einzigartige Flasche und ein Ausgießer, der die Karaffenform exakt weiterführt und die Besonderheit des Inhalts unterstreicht. LIZ macht nicht nur im geschlossenen, sondern auch im geöffneten Zustand eine ausgezeichnete Figur.

### **Juan Amador – Spiritus Rector**

Juan Amador, Deutschlands außergewöhnlichster Sternekoch und Inhaber des mit drei Michelin-Sternen ausgezeichneten Amador in Langen, hat das Konzept von LIZ maßgeblich beeinflusst und inspiriert. Er ist vom Design der Karaffe als auch von der Funktionalität des Ausgießers beim Servieren begeistert. Amador ist überzeugt: „LIZ passt mit seiner harmonisch sanften Mineralisierung und der außergewöhnlich stilvollen Flaschenform zur gehobenen Gastronomie wie kein anderes Mineralwasser.“

### **Markenname und Logo**

Bei der Entwicklung der neuen Marke war es entscheidend, dass die Familienzugehörigkeit zur Elisabethen Quelle erkennbar bleibt und die neue Marke sich auch auf dem internationalen Markt bewegen kann. Daher wurde ein prägnanter Markenname gewählt: LIZ, die angelsächsische Kurzform von Elisabeth. Name und Markenzeichen sitzen konzentriert im Zentrum der Flasche. Auch diese Form ist dem



Wasser entlehnt. Viele kleine Tropfen sammeln sich in der Mitte zu einem großen, der den Markennamen trägt. Dabei wurde als Branding ein hochwertiges silberfarbenes Logo gewählt, das direkt auf die Karaffe gedruckt ist. Das Silber der Marke korrespondiert mit dem silbernen Deckel. Nichts lenkt vom Inhalt ab. Der einzige Farbtupfer markiert den Kohlensäuregehalt – die beiden Sorten können durch ein Originalitätssiegel in Blau für „Sparkling“ und in Violett für „Still“ unterschieden werden. Und noch ein weiteres Detail: Um die Flasche beim Blick auf den Markennamen LIZ transparent zu halten, wurde das Deklarationsfeld für die Pflichtangaben seitlich um 90 Grad versetzt zum Logo angebracht.

Weitere Informationen zu LIZ finden Sie auch unter:

[www.liz-privatquelle.com](http://www.liz-privatquelle.com).

**Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:**

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG  
Verena Christmann, Leiterin PR / Öffentlichkeitsarbeit  
Gießener Straße 18-30  
61118 Bad Vilbel  
Tel.: 06101/403-1416  
Fax: 06101/403-1465  
E-Mail: [verena.christmann@hassia-gruppe.com](mailto:verena.christmann@hassia-gruppe.com)  
[www.hassia.com](http://www.hassia.com)

Klenk & Hoursch Corporate Communications  
Andrea Buschendorf  
Walther-von-Cronberg-Platz 2  
60594 Frankfurt am Main  
Tel.: 069/719168-23  
Fax: 069/719168-28  
E-Mail: [andrea.buschendorf@klenkhoursch.de](mailto:andrea.buschendorf@klenkhoursch.de)