vinetur

Martini stellt für den Sommer 2025 eine neu gestaltete Flasche vor, die von der Turiner Architektur inspiriert ist

Der neue Look soll jüngere Verbraucher ansprechen und gleichzeitig das italienische Erbe und die Nachhaltigkeit betonen, wobei Bianco Spritz als typischer Cocktail beworben wird

Dienstag, 1. Juli 2025


MARTINI
MARTINI
BIANCO
VERMOUTH

Martini, die bekannte italienische Wermut- und Aperitifmarke, hat zum Sommerbeginn 2025 ein neues Design für seine ikonische Flasche vorgestellt. Wie das Unternehmen mitteilte, ist das neue Design von den Gewölbegalerien im italienischen Turin inspiriert, wo Martini tiefe historische Wurzeln hat. Die neue Flasche soll dem Produkt eine stärkere Präsenz in den Regalen verleihen und gleichzeitig seine Qualität, Herkunft und Authentizität hervorheben.

Die Neugestaltung ist Teil der Bemühungen von Martini, sein Image zu modernisieren und eine neue Generation von Verbrauchern anzusprechen. Laut Unternehmensvertretern hebt sich die neue Flaschenform nicht nur optisch ab, sondern trägt auch dazu bei, die Umweltauswirkungen der Marke zu reduzieren. Laut Martini spiegelt diese Änderung einen zeitgemäßen Ansatz für ein klassisches italienisches Produkt wider und signalisiert ein neues Kapitel für die Marke.

Gleichzeitig mit der Einführung der neu gestalteten Flasche bewirbt Martini seinen Bianco Spritz als den Must-Have-Cocktail für den Sommer 2025. Der Drink besteht aus Martini Bianco Wermut, gemischt mit kohlensäurehaltigem Wasser und Eis, und bietet ein frisches und ausgewogenes Geschmacksprofil mit blumigen und vanilligen Noten. Martini beschreibt den Bianco Spritz als ideale Wahl für alle, die Aperitifs genießen und ihren Sommernachmittagen einen Hauch von Raffinesse verleihen wollen.

Die Entscheidung des Unternehmens, seine Verpackung zu aktualisieren, fällt in eine Zeit, in der viele Getränkemarken nach Möglichkeiten suchen, jüngere Verbraucher anzusprechen und gleichzeitig ihre Tradition zu bewahren. Mit dem Verweis auf die architektonische Geschichte Turins im Flaschendesign will Martini seine italienische Identität und seine langjährige Tradition in der Welt der Aperitifs unterstreichen.

Die neue Flasche von Martini ist ab sofort in ausgewählten Märkten in den Vereinigten Staaten und Europa erhältlich. Das Unternehmen plant, den Vertrieb im Laufe des Sommers auszuweiten und die Markteinführung mit Marketingkampagnen zu unterstützen, die sich auf Zusammenkünfte im Freien und gesellschaftliche Anlässe konzentrieren. Branchenanalysten stellen fest, dass solche Verpackungsaktualisierungen etablierten Marken helfen können, in einem wettbewerbsintensiven Markt relevant zu bleiben, insbesondere da die Verbraucher

nach Produkten suchen, die Tradition mit modernem Stil verbinden.

Die Einführung des Bianco Spritz als typischer Sommercocktail ist auch Teil der Strategie von Martini, die das Mixen zu Hause und ungezwungene Unterhaltung fördert. Die Marke bietet einfache Rezepte und Serviervorschläge und positioniert das Getränk als einfach zuzubereiten und dennoch raffiniert genug für besondere Momente.

Der Schritt von Martini spiegelt den allgemeinen Trend in der Getränkeindustrie wider, in der Nachhaltigkeit, Designinnovation und Lifestyle-Marketing eine immer wichtigere Rolle spielen. Im Laufe des Sommers werden sowohl Einzelhändler als auch Verbraucher beobachten, wie der neue Look und die saisonalen Cocktails von Martini in Bars, Restaurants und Haushalten im ganzen Land ankommen.