



photo: Robson Dowry

Stowells, one of the most important British wine brands, assigned the task of creating a distinctive range of wines to Robson Dowry, Bristol. Stowells Signature has been specifically designed for pubs, hotels and clubs. The range comprises eight wines that are intended to have a unique and stylish effect. The agency is also responsible for designing the brand's trade launch literature.

Eine Bierdose der niederländischen Brauerei Bavaria, die mit einer Prägetechnik von Ball Packaging Europe gestaltet wurde, kam im Sommer 2003 auf den Markt. Bavaria nutzte das Verfahren, bei dem Lichtreflexe die Dreidimensionalität des Designs deutlicher hervortreten lassen sollen, zur Markteinführung von Red Bavaria. Der Rote Punkt, der für den Bierhersteller ein wichtiges Mittel zur Markendifferenzierung ist, soll so deutlicher ins Auge fallen.



Foto: Ball Packaging Europe

Wellness-Tees aus Kräutern und Gewürzen, die aus ökologischem Landbau stammen, sind Teil des Sortiments von Lebensbaum. Die Faltschachteln, die einzeln verpackte Teebeutel enthalten, wurden von Rosefish, Hamburg, gestaltet. Sie zeigen durchgängig Kieselsteine als Hintergrundmotiv, um Naturnähe zu illustrieren. Fotografien der zubereiteten Tees auf der Packung sollen die Orientierung innerhalb der Range gewährleisten.



Foto: Lebensbaum



Foto: Dwersteg

Mit seinem Produkt Mumijo versuchte Dwersteg, in einen Nischenmarkt einzudringen. Dem osteuropäischen Getränk, hergestellt unter anderem aus mineralischer Erde, werden Heilkräfte zugesprochen.



photo: Porfidio

After years of research into glass-making, Destileria Porfidio has miniaturised its hand-blown tequila cactus bottle to produce a replica of the full-size version. The 50 ml bottles are boxed individually in a transparent case in a dozen to allow clear view at the contents. The new bottle has been shown at the TFWA World Exhibition Cannes for the first time.



Foto: Absolut Vodka

Eine Hommage an die Olympiabewerbung der Stadt Leipzig ist das Motiv der Absolut Cities Kampagne, mit der die gleichnamige Wodkamarke in regelmäßigen Abständen den Charakter ausgesuchter Städte wiedergeben will. Das Motiv Auerbachs Keller als Rahmen für die Inszenierung soll Tradition und Moderne vereinigen.