



Corporate Design

Apfelrank in neuem Gewand

Die Darmstädter Agentur ID4 – insbesondere bekannt durch ihre Logstoff-Taschenentwürfe – hat sich des Apfelweins angenommen. Weil das herbe hessische Nationalgetränk zunehmend in Vergessenheit zu geraten droht, entschieden sich die Designer für eine grundlegende Neuinterpretation von Getränk und Verpackung. Die orangen oder hellgrünen Etiketten der 0,25-Liter-Flasche lassen den Inhalt jedoch etwas blass erscheinen. Die Rückseite dieser leicht zu lösenden Aufkleber soll junge Kreative zum Gestalten und damit zum Mitwirken an der Verbreitung ermutigen. „Fichtekranz“ heißt die neu geschaffene Marke der Kelterei Heil aus Laubus Eschbach im Taunus, die den Äppelwoi mit Früchten aus biologischem Anbau keltert und sauer oder süß gespritzt anbietet. dk

www.fichtekranz.de

Wettbewerb

Innovative Dienstleistungen

Der neue „ZukunftsAward“ ist eine Initiative des Zukunftsinstituts von Trendforscher Matthias Horx mit dem Wirtschaftsmagazin „Der Handel“ und dem Fachmagazin „Horizont“. Der Preis zeichnet Trendsensibilität und Innovationskraft von Unternehmen aus. „Nur wer radikal neu denkt und sich an den Wünschen und Sehnsüchten der Konsumenten ausrichtet, wird auf den übersättigten Märkten von morgen überleben können“, so Horx. Unter den rund 50 eingegangenen Bewerbungen waren Konzerne wie Beiersdorf, Shell und Henkel vertreten. Gewinner des Zukunfts-Awards 2006 sind Vorwerk für die beste Produktinnovation sowie „Q110“ – eine Berliner Filiale der Deutschen Bank mit besonderen Serviceangeboten – und „WG Café“ als beste Dienstleistungsinnovationen auf internationaler und lokaler Ebene. Der