

# true fruits

## Kunst im Kühlregal: true fruits limited edition no. 4 designed by Mago Dovjenko



**Bonn, 25. April 2013. Für seine neue limited edition hat sich der Bonner Saftladen true fruits den angesagten Jungdesigner Magomed Dovjenko ins Boot geholt. Gleich zwei der beliebten Smoothies tragen die Handschrift des 19-jährigen Kölners. Insgesamt werden nur 44.444 dieser besonderen Designflaschen ab Mitte Mai im Handel erhältlich sein. Es ist die erste Kooperation zwischen true fruits und Mago.**

### Von Underdogs und Weltkonzernen

true fruits mag Underdogs. Magomed Dovjenko ist so einer. 1994 kommt er mit seinen Eltern als Flüchtling aus Tschetschenien nach Deutschland. Design wird zu seiner großen Leidenschaft. Er bringt sich selbst Photoshop bei und entwirft mit 14 Jahren seine ersten Illustrationen. Große Firmen und Künstler, wie Nike, Diesel, Adidas, Reebok und Jay-Z/Live Nation werden auf den Jungdesigner aus Köln aufmerksam und er ergattert seine ersten Aufträge.

„Warum wir Mago an unsere Pullen gelassen haben? Er ist ein Underdog, genau wie wir. Wir sind damals völlig branchenfremd und ohne Kapital, noch aus dem Studium heraus gestartet. Viele haben uns das nicht zugetraut, haben uns mit ihren ‚so-geht-das-nicht-Ratschlägen‘ bestärkt. Heute gehören wir zu den Marktführern“, so Nic Lecloux, Geschäftsführer Marketing der true fruits GmbH. „Mago hat in seinem Kinderzimmer angefangen eigenwillige Designs für erfolgreiche Firmen zu gestalten. Er hat echt was drauf und pfeift auf Konventionen.“ Mittlerweile hat sich der 19-Jährige einen Namen in der internationalen Designszene gemacht – seine Werke wurden bereits in Miami, New York, Melbourne und Amsterdam ausgestellt. Jetzt eröffnet true fruits ihm den Weg in die Kühlregale. Gleich zwei, exklusiv von Mago

# trueé fruits

designte true fruits smoothies werden ab Mitte Mai als limited edition no. 4.1 und no. 4.2 für kurze Zeit die Supermarkt-Regale schmücken.

## **Klasse statt Masse**

true fruits smoothies sind mehr als pürierter Obstsalat in Flaschen. In den Glasflaschen steckt 100% Frucht – no tricks. Das heißt keine Konzentrate, Zuckerzusätze, Stabilisatoren oder Farbstoffe. Stattdessen stehen in der Bonner Edelsaftschmiede Qualität und eine ganze Menge Leidenschaft an erster Stelle. Wer zu den true fruits smoothies und juices greift, bekommt keine Massenware, sondern ehrliche Produkte ohne künstlichen Schnick-Schnack. Ein fester Bestandteil dieses hochwertigen Konzepts sind die Sondereditionen. Die von Mago Dovjenko gestaltete limited edition ist bereits die vierte Sonderedition in einer Reihe von Designflaschen und ersetzt für kurze Zeit die charakteristische Messleiste auf der Vorderseite. Das Ergebnis lässt sich nun auf den beiden true fruits Sorten orange und green bewundern. Kein Zufall, denn die krassen Farben der beiden Smoothies green (Ananas, Minze + Caju) und orange (Mango, Acerola + Goji) unterstreichen die Illustrationen auf den Flaschen und machen sie zu einem echten Hingucker im Supermarkt-Regal.

## **Der Mago-Style**

Für die neue limited edition wurde der green mit dem ausgefallenen Schriftzug „true“ geschmückt. „Dieses Design ist das organische von beiden“, erklärt Mago. „Die Illustration wurde per Hand sorgfältig mit Markern auf Papier gezeichnet um alle Details darauf zu bekommen.“ Komplementiert wird die Reihe durch das „fruits“ auf dem orange, der Vitamin C-Granate unter den Smoothies. „Für den zweiten Schriftzug wurde der Computer verwendet. Diese Illustration zeigt sehr gut den typischen Mago-Style: aggressiv, detailliert und explosiv.“

Die limited edition no. 4 designed by Mago ist ab Mitte Mai 2013 auf allen Smoothies der Sorten green und orange im Handel erhältlich und kostet je 2,39€ (unverbindliche Preisempfehlung). Natürlich nur solange der Vorrat reicht.

# true fruits



## Über Magomed Dovjenko

Mago ist ein Ausnahmetalent. 1994 kommt er mit seinen Eltern nach Deutschland. Bereits mit 14 Jahren entwickelt der Autodidakt erste Designs und Illustrationen. Große Firmen werden auf den Jungdesigner aufmerksam und er erhält erste Aufträge. In den letzten Jahren hat sich Mago einen festen Platz in der Designszene geschaffen und arbeitet mit großem Erfolg an seiner Karriere. So wurden seine Arbeiten bereits in Miami und New York, Melbourne und Amsterdam ausgestellt. Die nächste Vernissage findet im Juni 2013 in Düsseldorf statt. Heute ist Mago freiberuflich als Grafiker, Art-Director und Illustrator tätig und hat neben true fruits mit Firmen wie Nike, Diesel, Adidas, Toyota und Louis Vuitton Moët Hennessy zusammengearbeitet. Mago ist 19 Jahre alt und kommt aus Köln.

## Über true fruits:

2006 von drei Freunden gegründet, branchenfremd und mit kaum Kapital gestartet, eroberte true fruits als erster Smoothie-Anbieter den deutschen Markt. Mit mittlerweile sieben unterschiedlichen Smoothies, drei Sorten frisch gepressten Juices und 17 Gefährten ziehen sie ihr Ding konsequent durch – mit Erfolg: Produktdesign und Qualität wurden bereits mehrfach national und international ausgezeichnet. Leidenschaft statt Industrie, Qualität statt Zusatzstoffe und allem voran das Prinzip: 100% Frucht – no tricks. Nicht mehr, aber eben auch nicht weniger. Mehr über true fruits gibt es unter [www.true-fruits.com](http://www.true-fruits.com) oder auf [www.facebook.com/true.fruits.no.tricks](http://www.facebook.com/true.fruits.no.tricks)

Wir lieben es, wenn man über uns schreibt. Deshalb freuen wir uns immer über einen kleinen Hinweis oder ein Belegexemplar an [presse@true-fruits.com](mailto:presse@true-fruits.com)

## Pressekontakt:

true fruits GmbH  
Katia Winter  
Auguststraße 1  
53229 Bonn  
fon: +49 (0) 228 3873 340  
fax: +49 (0) 228 3873 330  
mail: [winter@true-fruits.com](mailto:winter@true-fruits.com)