

C 45678

WOHNEN

## Raus aus der Zeile

Typen-Listen

Schlank  
ist Spitze!

Visionen

Szene im Internet

Polster dress-iert

Prospekte

Frische Anmacho



Unten rechts:  
Mehr  
als ein Gag:  
Die freche, auf-  
blasbare Ver-  
packung, sorgt  
für stoßfesten  
Transport.  
Außerdem kann  
sie der Be-  
schenkte als Bil-  
derrahmen wei-  
terverwenden  
(Foto oben links).  
Die Kampagne  
wird von roman-  
tischen Motiven  
flankiert (Mitte).

Love-Parade

24

## Kreativ-Pool



Plates bringt neue Inhalte auf den Teller. Das junge Team aus Bad Driburg stellte die innovative Life-style-Idee der „Love Plates“ erstmals zur Tendence vor. Und servierte dazu ein perfektes Marketing-Konzept.



## Colours of Paradise

„Wir tauchen auf unsere Weise in das nächste Jahrtausend ein und bringen mit frischen Farben unsere Botschaft auf den Teller“, lautet die Philosophie der Firma Plates. Das in Bad Driburg ansässige Unternehmen startete im August mit seinem jungen Team und einer hitverdächtigen Vermarktungs-idee. Zusammen mit der Kölner Designerin Melanie Weisweiler entwickelten die Kreativen das Konzept „Love Plates“, das speziell den Verkauf im Fach- und Möbelhandel anheizen soll. Dahinter verbirgt

sich eine Uni-Kollektion, bestehend aus Glastellern in den drei Größen 25, 30 und 36 cm Durchmesser. Die Lifestyle-Serie wird in insgesamt 50 schillernden Tönen angeboten, womit der Endverbraucher nach Lust und Laune immer neue Farbwelten komponieren kann. Das Besondere außerdem: Die Produkte kommen in einer transparenten, aufblasbaren Geschenkverpackung daher, die am point of sale für Furore sorgen soll. Denn das multifunktionale „Blas-Instrument“ kann als Foto- oder Bilderrahmen weiterverwendet werden.

