

PRESSE-INFORMATION

GORE BIKE WEAR™ zeigt neues Verpackungsdesign am POS Ideenhaus schafft klares Markenbild

Feldkirchen/München: GORE BIKE WEAR™, eine Marke der W.L. Gore & Associates GmbH, setzt ab der aktuellen Herbst/Winter 05/06-Kollektion auf ein neu konzipiertes Verpackungsdesign der Headercards für Accessoires. Konzept und Realisation kommen aus dem Ideenhaus München. Klar strukturierte Informationsvermittlung und ein stringent einheitliches Markenbild sind das Ergebnis der Ideenhaus-Arbeiten, die in Europa und den USA zum Einsatz kommen.

Die Marke GORE BIKE WEAR™ (Bekleidung und Accessoires für Radsport) setzt auf High-Tech-Materialien und höchste Funktionalität. Deshalb muss den zu transportierenden Produktinformationen in der Gestaltung entsprechend hohe Relevanz eingeräumt werden. Das Ideenhaus wurde beauftragt, die vielfältigen Funktionsvorteile und Charakteristika der Artikel in einem einheitlichen, dem Markenkonzzept entsprechenden Stil am POS zu kommunizieren.

Das Ergebnis: Für den Endverbraucher liefern das Verpackungsdesign und die 4-sprachigen Headercards Transparenz und klare Strukturen und die Marke GORE BIKE WEAR™ steht als „Absender“ klar und eindeutig im Vordergrund. Visuell orientiert sich das Ideenhaus an der bekannten und eingeführten Gore „Schwarz-Optik“, die den Premiumanspruch auch optisch wiedergibt sowie die Wertigkeit der Produkte unterstreicht.

Ideenhaus-Geschäftsführerin Marion Endres und ihr Team haben bereits in anderen Bereichen für W.L. Gore & Associates GmbH gearbeitet, u. a. für die Marke Airvantage.

6. Dezember 2005

PRESSEKONTAKT:

PR-Büro Heinhöfer, Birgit Heinhöfer

Lindengasse 3, 90419 Nürnberg, Tel. 0911/ 300 349-0

info@pr-heinhoefer.de

