

Hurtigtvoksende trend blev til stor kampagne hos Blend

Multibrandet DK Company, som står bag mere end 20 tøjbrands, blandt andet herretøjsmærket Blend, hev fat i Stibo Complete, da de skulle have en kampagne i Blends butikker. Kampagnen skulle tage udgangspunkt i konkurrencen om at vinde padel tennisudstyr. Blends DNA "Only for the real rich* (*Rich in what matters)" går perfekt i spænd med den hurtigtvoksende trend for padel tennis; en sport, der gør dig glad og rig på livet.

Det rigtige materialevalg

Stibo Complete blev indkaldt til inspirationsmøde for at finde de rigtige løsninger til kampagnen. Ønsket gik på et sammenhængende og ens look til POS-materialerne. Flere materialer var i spil, men det endte med kanalplast, da det helt ideelt kunne bruges til både konkurrenceæske og skilt. Æsken blev produceret af 4 mm kanalplast, og skiltet af 10 mm kanalplast, der med sine åbne bikubestruktur gav et fedt og rå udtryk til Blend. Herudover blev der trykt 15.000 konkurrencesedler, som blev fordelt i butikkerne.

Stibo Complete er utrolig behagelige at arbejde sammen med, og det er ikke første gang, at vi har gode oplevelser med dem i forbindelse med kampagneudvikling. Man har ro i maven, når man arbejder sammen med dem, og det er et kæmpe plus.

Fie Schmidt

Visual Graphic Designer hos DK Company

Kampagnepakning

I alt 150 butikker skulle modtage POS-materialer, sammen med Blends egne konkurrencematerialer bestående af padel tennisketchere, bolde, sweatshirts, sweatpants, drikkedunke, kasketter og sokker. Alt blev pakket i Stibo Completes kampagnepakningsafdeling med følgesedler og leveret til DK Companys lager.

