

MARKENWELTEN

NESPRESSO MANISH CAMPAIGN

POSTED 22. FEBRUAR 2011



▲ FOTOS (9)



▲ TEXT

Inspiziert durch den indischen Modedesigner Manish Arora entwickelte LIGANOVA ein Window- und Instore Konzept, das seit Jahresbeginn in weltweit über 320 Nespresso Boutiquen zu bestaunen ist:

Mit grell bunten Kunstwerken aus Papier und Stoff sind die Schaufenster sehr detailverliebt gestaltet und stechen in jeder Fußgängerzone deutlich hervor.

Auch im Shop-Inneren setzt sich die farbenfrohe Formenwelt fort. Dabei liegt der Fokus auf der Darstellung einer Art ‚Fantasy Story‘: skurrile Gestalten mit großen Augen, Flügeln oder mehreren Armen schweben dort in den Ausstellungssystemen und repräsentieren die unterschiedlichen Charaktere der verschiedenen Nespresso Kaffeesorten.

Dabei besteht die Manish Kampagne aus vielen tausend Einzelteilen und musste für jeden Store und auf jedes Fenster gezielt adaptiert werden. Desweiteren wurde das Retail Design für jede Metropole individuell entwickelt. Das bedeutet, dass die Wahrzeichen dieser Städte in die Bespielung integriert werden: in Paris der Eiffelturm, in London der Big Ben oder in San Francisco die Golden Gate Bridge – „Eine gestalterische und logistische Herausforderung“, findet auch Thomas Paul Klein, Key Account Director bei der Stuttgarter Agentur.

FACTS

Projekt:	Schaufenster-/ Instorekonzept Manish Arora
Gestaltung:	LIGANOVA, Stuttgart > www.liganova.com
Standort:	weltweit
Planungsbeteiligte:	Manish Arora, Noida (Indien) & LIGANOVA, Stuttgart
Zeitraumen:	Jahresbeginn 2011
Auftraggeber:	Nespresso > www.nespresso.com
Fotos:	LIGANOVA > www.liganova.com