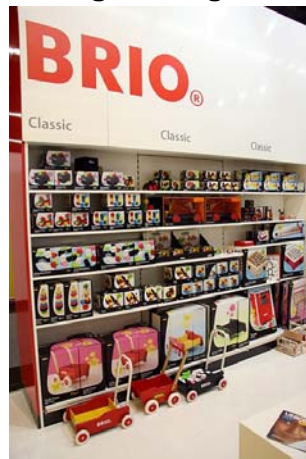


BRIOs neues Verpackungsdesign sorgt für frischen Wind in den Verkaufsregalen

Klarheit und Dynamik: Einheitliches Verpackungsdesign für perfekt gestaltetes Regalbild

Schwabach/München, 26. April 2007. Alle vier BRIO Segmente glänzen ab diesem Jahr in neuen modernen Verpackungen. Der bisherige Mix aus unterschiedlichen Farben und Formen wurde durch eine einheitliche Gestaltung abgelöst, die zu einem prägnanten Regalbild beiträgt. Die bisherigen vier Linien – Rot für das Kleinkindsortiment, Grün für die BRIO Bahn, Blau für Builder, Lila/Braun für Spiele, sind nun auf nur noch zwei farblich getrennte Linien reduziert worden. Damit erscheinen alle BRIO Bahn-Artikel in Grün, alle anderen Linien (z.B. Networker, My First, Kleinkind) in Schwarz. Logo, Produktname und Altersempfehlung fallen bei den neuen Verpackungen sofort ins Auge, der Inhalt, die BRIO Welten, rückt in den Vordergrund. Damit wird die Aufmerksamkeit des Kunden noch stärker geweckt.



Kontakte für die Presse:

Heike Jahn
BRIO GmbH
Tel.: +49 (0)9122 – 9897 19
heike.jahn@brio.de

Stefan Ehgartner / Miriam Blattert
Trademark PR
Tel.: +49 (0)89 – 4444 67444
Tel. +49 (0)89 - 444467411
stefan.ehgartner@TrademarkPR.eu
miriam.blattert@TrademarkPR.eu

Neues Verpackungsdesign für ein einheitliches Regalbild



Die Verpackungen aller BRIO Bahn-Artikel sind Grün, da dies die Farbe ist, mit der der Endverbraucher BRIO verbindet. Verpackungen von Produktneuheiten wie die Networker oder die My First-Reihe werden die gleiche Gestaltung wie die BRIO Bahn Packungen haben, aber in Schwarz. Der Endverbraucher erkennt sofort, dass dies Artikel aus dem Hause BRIO sind, beschäftigt sich aber intensiver mit dem Produkt, da die Packung doch anders – nämlich schwarz – ist. Auch wirken die schwarzen Packungen moderner und hochwertiger, was diesen neuen Linien und dem neuen BRIO Auftritt entspricht.

Ob BRIO Bahn, My First, Classic oder Network – auf der diesjährigen Nürnberger Spielwarenmesse ist es den BRIO Standdesignern gelungen, das innovative Verpackungsdesign in prägnante Regalbilder für alle Segmente umzusetzen. Diese dienen als Ideenlieferant für Instore-Konzepte und PoS-Gestaltung. Die Verpackungen verleihen den Verkaufsregalen durch ihre einheitliche Gestaltung ein übersichtliches, klares Bild und lassen sich individuell zusammenstellen, ohne dass die innere Ordnung zerstört wird. Damit wird dem Fachhandel anschaulich demonstriert, welches Potential in einer gelungenen Regalgestaltung unter Berücksichtigung optimaler Flächennutzung stecken kann.

BRIO

BRIO wurde 1884 von Ivar Bengtsson in Schweden gegründet. Im Laufe der Zeit entwickelte sich BRIO zu einem der leistungsfähigsten Spielwaren-Handelsunternehmen in Skandinavien mit Vertrieb von Holzspielwaren, die in handwerklicher Tradition in Südschweden gefertigt wurden. Das BRIO® Warenzeichen erschien zum ersten Mal 1930 auf zwei hölzernen Spielzeug-Lastwagen, die damals etwa 2 Kronen kosteten. Die weltbekannte BRIO Bahn kam Mitte der fünfziger Jahre auf den Markt. Heute ist BRIO einer der weltweit größten und wichtigsten Spielwarenhersteller und –lieferanten mit etwa 500 Mitarbeitern.

Der BRIO Konzern unterhält Niederlassungen in zehn Ländern und beliefert etwa 50 Länder. BRIO Spielwaren gelten in aller Welt als besonders sorgfältig gefertigte, spielgerechte und sichere Kindheitsbegleiter. Die deutsche Niederlassung wurde 1974 gegründet. Seither hat ihr der Spielwarenfachhandel bereits drei Mal den Titel "Handelspartner Nr. 1" verliehen. Viele BRIO Spielzeuge wurden mit dem Prädikat "spiel gut" ausgezeichnet.

Weitere Informationen finden Sie unter www.brio.de