

Branders

Neuer Look für Sprüngli Osterkampagne

Die Agentur kreiert Ostersujets für die Confiserie Sprüngli, welche die Oster-Tradition neu interpretiert.



«Wo Ostern zu Hause ist» – ein neuer Look für Sprüngli Osterkampagne. (Bilder: Oliver Rust)

Seit über 185 Jahren ist die Confiserie Sprüngli für ihre Osterklassiker bekannt. Getreu der Leitidee «Wo Ostern zuhause ist» hat Branders einen neuen Look für die diesjährige Osterkampagne konzipiert: Die Bildwelt wird aus den Verkaufsgeschäften des Haut Chocolatiers in ein klassisch europäisches Wohnzimmer getragen. Genau wie bei den österlichen Kreationen der Confiserie Sprüngli vermittelt auch die wohnliche Atmosphäre Tradition mit einem Hauch an Eleganz, Frische und Modernität, wie es in einer Mitteilung heisst.



Die neue Bildwelt der Osterkampagne wird aus den Verkaufsgeschäften des Haut Chocolatiers in ein klassisch europäisches Wohnzimmer getragen.

Die Ostersujets werden überall dort eingesetzt, wo die Osterkreationen präsentiert werden – von der Sprüngli-Webseite bis hin zu den gedruckten Broschüren in den Verkaufsgeschäften, von digitalen Anzeigen bis zu den sozialen Kanälen des Haut Chocolatiers.



Ein neuer Look für die Präsentation der österlichen Kreationen der Confiserie Sprüngli.

Verantwortlich bei Confiserie Sprüngli: Yumy Pham (Bereichsleiterin Marketing), Bianca Sameli (Projektleitung, PR & Content Manager), Julia Stöckli (Abteilungsleitung Kommunikation); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO & Creative Director), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Sarah Hepp (Senior Brand Designerin), Palma Manco (Senior Brand Designerin); verantwortlich bei Visual Eyes: Katrin Lohmann (Fotoproduktion); Oliver Rust, KO Photography (Fotograf); Marlise Isler (Stylist). (pd/ebe)