

Bloom Project/Bloom Park

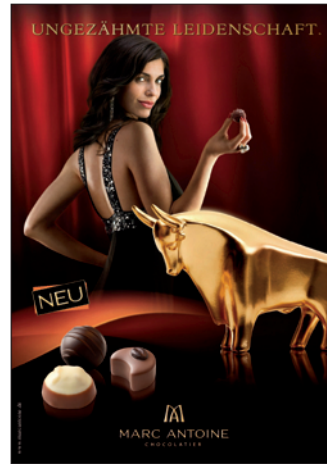
Bloom führt neue Marke ein

Die Agentur sichert sich den Etat von Auftraggeber Confiseur Läderach.

Die Nürnberger Werber von **Bloom Project** verantworten die Einführung einer neuen Premium-Schokolade im Lebensmitteleinzelhandel: Noch im Herbst will Auftraggeber **Confiseur Läderach** „Marc Antoine“ auf den Markt bringen.

Die Agentur zeichnet nicht nur für die begleitende Kommunikation verantwortlich, sondern kümmerte sich bereits um Positionierung, Strategie, Logo sowie das Verpackungs- und Corporate Design.

Die Schoko-Produkte von Confiseur Läderach waren bislang lediglich im Fachhandel erhältlich, mit der Zweit-



„Marc Antoine“ wird demnächst im Einzelhandel erhältlich sein.

marke will Läderach nun auch den Einzelhandel erreichen. Unter dem Markennamen „Marc Antoine“ werden insgesamt 29 Schokoladen-Spezialitäten angeboten, darunter Pralines, Tafeln und Trinkschokolade.

Als Key Visual hat Bloom Project einen goldenen Stier entworfen, er zielt zur Einführung auch sämtliche PoS-Werbemittel und Fachhandelsanzeigen. Um den Online-Auftritt kümmert sich die Agenturtochter Bloom Park in München, weitere Werbemaßnahmen sollen folgen. Bei Läderach ist **Beate Schudlach** für das Marketing zuständig. *win*

Markenentwicklung
Bloom Project darf die Premium-Marke „Marc Antoine“ mitkonzipieren. Für die Online-Kampagne, die die Markteinführung der Edel-Schokolade begleitet, zeichnet die Tochter Bloom Park verantwortlich.