

Presseinformation

JAZZUNIQUE realisiert Messestand und Event für
DIESEL

Bühne frei für die neuen DIESEL- Kollektionen

5

*Eine Marke – zwei Projekte: Rund um die neue
DIESEL-Kollektion sorgten JAZZUNIQUE für Begeiste-
rung in der Fachwelt. Auf der Schuh- und Accessoires-
Messe GDS gestalteten die kreativen Frankfurter einen
10 Messestand, der die Besucher zum Staunen brachte.
Darüber hinaus hatten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
von Jeans-Stores im Rahmen der „DIESEL D-Days“ die
Gelegenheit, an einem außergewöhnlichen Event in
einer aufwendig dekorierten Location teilzunehmen, um
15 sich mit der neuen Kollektion vertraut zu machen.*

Frankfurt am Main, 30. März 2011 --- Für die diesjäh-
rige Düsseldorfer GDS hatten JAZZUNIQUE den Auf-
trag, die neuen DIESEL-Produkte im Mittelpunkt eines
20 auffälligen Messestandes unter dem Motto Rock'n'Roll
zu präsentieren. Die Event- und Designagentur entwarf
eine Bühne mit Backstage-Bereich der fiktiven Band
„The Brave Natives“. Fachbesucher, die einen Blick
hinter die originellen Kulissen riskierten, fanden dort
25 jede Menge Neues aus der DIESEL-Kollektion. Inmitten
von Kabeln, Flightcases und Bühnenequipment
inszenierten die Frankfurter Kreativen ein authentisches
Rock'n-Roll-Feeling. Auf einer sechs Meter hohen

Wand mit Bühnenvorhängen und Monitoren machte
30 eine tobende Zuschauermenge die Bühnen-Illusion
perfekt. Highlight der Präsentation: Alle Einrichtungs-
gegenstände waren in Richtung des imaginären
Publikums ausgerichtet – ganz so, als ob man sich auf
und hinter einer echten Bühne befinden würde. Schon
35 aus der Ferne zog der ganz in schwarz gehaltene
Stand Besucher mit einem auffälligen DIESEL-
Leuchtschild in spiegelverkehrter Schrift an.
Authentische Konzertplakate machten das Backstage-
Bild komplett – und rundeten das Thema ab.

40 Den Schwerpunkt bei der handwerklichen Ausführung
des Messestands legten JAZZUNIQUE auf die
originalgetreue Umsetzung der Bühnentechnik. „Wir
haben einen stilechten Einblick in das gegeben, was
man sonst nicht sieht. Die Backstage-Atmosphäre hat
45 die Messebesucher fasziniert und zahlreiche Fragen
und Gespräche initiiert“, resümiert JAZZUNIQUE-
Projektleiter Matthias Pritzkow.

Werthaltige Infos für DIESEL-Retailer

50 Noch viel enger mit der neuen Kollektion vertraut ma-
chen konnten sich DIESEL-Mitarbeiter während eines
außergewöhnlichen Events in der Frankfurter Kommu-
nikationsfabrik im Rahmen der „DIESEL D-Days“. Das
Thema lautete „Brave & Stupid“ und sollte die Teilneh-
55 mer dazu animieren, sich während der Veranstaltung
ausgefallen und mutig zu verhalten. Unter dem Titel
„DIESEL Island“ boten extravagante Workshops jede
Menge Infos rund um die neue DIESEL-Kollektion. 150

Teilnehmerinnen und Teilnehmer von verschiedenen
60 Einzelhändlern fanden an diesem Tag Gelegenheit, aus
erster Hand Informationen zu sammeln und sich mit der
neuen Kollektion zu identifizieren. Eine Fashionshow
brachte die Mitarbeiter auf den Geschmack und ver-
setzte sie in die einzigartige Welt der „DIESEL Island“.
65 Bei den sogenannten „Island Games“ kam durch stil-
echte Spiele auch der Spaß nicht zu kurz. Bambus-
Sträucher und Accessoires, Kaffeesäcke, auf denen
man gemütlich sitzen konnte und die Musik von DJ
Hans Nieswandt bildeten den Rahmen für das relaxte
70 „DIESEL Island“-Feeling.

„Zwei erfolgreiche Projekte für DIESEL in einer Woche
zeigen, wie sehr wir die Markenbotschaft verinnerlicht
haben“, zeigt sich JAZZUNIQUE-Gründer Jesper
Götsch zufrieden. „Mit diesen beiden Präsentationen
75 haben wir wieder einmal bewiesen, dass wir Marken-
bilder auf verschiedene Ebenen projizieren können. Ob
Design, Architektur oder Eventorganisation: Wir sorgen
für Begeisterung bei der Zielgruppe.“ Und das weiß
auch der Kunde DIESEL zu schätzen.

80 Weitere Informationen: www.jazzunique.de.

Bildunterschriften:

- **DIESEL-Messestand auf der GDS**
- **Fashionshow im Rahmen der „DIESEL D-Days“**

80 Zeilen à maximal 60 Anschläge

Pressekontakt: Lena Hawelky
Mainblick –
Agentur für Öffentlichkeitsarbeit
Roßdorfer Straße 19a
60385 Frankfurt
Tel. 0 69 / 48 98 12 90
lena.hawelky@mainblick.com

Über JAZZUNIQUE:

Die Kreativen der JAZZUNIQUE GmbH verstehen sich auf alle Formen der Kommunikation im Raum. Ob Messestand, Showroom oder Verkaufsfläche, ob Produktpräsentation, Hauptversammlung oder Roadshow: Seit 2004 sorgen die Brüder Jesper und Börries Götsch und ihr 23-köpfiges Team mit bewegenden Events, einzigartiger Gestaltung und außergewöhnlicher Architektur immer wieder für Aufsehen. JAZZUNIQUE entwickelt passgenaue Markenbotschaften – mit gestalterischer Inspiration, effizienter Planung und Organisation sowie dem feinen Gespür für die Zielgruppen. Von Eventprofis, Designern und Architekten leidenschaftlich inszeniert, sprechen diese Markenwelten ihr Zielpublikum emotional und unmittelbar an.