

**DMIG 2**

Design Magazin

Projekte: WOW! – Eine Aktionstasche für Bailly Diehl/Merkwürdig

[www.designmadeingermany.de/magazin](http://www.designmadeingermany.de/magazin)

# WOW! – Eine Aktionstasche für Bailly Diehl

Interview mit KAI STAUDACHER  
von MERKWÜRDIG



Die Boutiquenkette **BAILLY DIEHL** beauftragte **MERKWÜRDIG** im März 2009 im Rahmen einer geplanten Sommeraktion mit der **GESTALTUNG** von **PAPIERTASCHEN**.

Ein ungewöhnliches Motiv sollte günstige Papiertaschen zu einem „Hingucker“ werden lassen. Mit Verweis auf die „lebendigen Accessoires“ des Shoppingpublikums wurde ein Mops als Sympathieträger ausgewählt.

Im Bereich des Mauls erlaubt ein Schlitz das Hindurchziehen der gekauften Kleidung. So streckt der Mops dem Betrachter die Zunge raus und lässt ihn am erbeuteten Kleidungsstück teilhaben. Durch den jeweils unterschiedlichen Tascheninhalt sieht die „Zunge“ immer wieder anders aus und macht so jede Papiertasche zum Unikat.



#### Warum wurde der Mops als Bildmotiv für die ungewöhnliche Tasche gewählt?

Der Mops ist einer der Hunderassen, die gerne als lebendes Accessoires durch die Boutiquen dieser Welt gezogen, getragen, geschliffen werden.

Er erschien uns sehr passend als Sympathieträger für diese Tütenaktion.

#### Kann man dieses Design auch als eine ein wenig sarkastische Anspielung auf den Transport von kleinen Hunden in der Handtasche sehen?

Genau, siehe Frage bzw. Antwort 1.

#### Ist es möglich, dass dieser Mops auch auf weiteren Gimmicks vorkommt?

Ja, könnten wir uns sehr gut vorstellen. Allerdings müssen wir abwarten, wie Mops und Tüte bei den Kunden ankommen. Denkbar wäre der Mops in unterschiedlichsten Posen: als Aufkleber an den Schaufenstern oder an den Wänden der Filialen.

Er könnte ja auch mal in pinkelnder Pose bei der Konkurrenz kleben.

Aber das sind noch Visionen, die auch den nötigen Mut des Auftraggebers erfordern!



#### Wie kam dieses Design bei den Einkäufern an?

Wir haben in zwei Filialen die Verkäuferinnen gefragt. Die Tüte polarisiert, soviel steht fest. Entweder ist der Kunde begeistert und trägt sein neues Beutestück zur Schau oder er ist irritiert und eher weniger begeistert, sein neu erstandenes Shirt dem Feinstaub der Großstadt auszusetzen.

Diese Idee ist ein Experiment und wir sind sehr gespannt, wie es weitergeht. Die Tüte ist ja erst seit Anfang Juni in Umlauf.

#### Gab es auch noch eine zweite Lösung, falls dem Kunden diese Variante doch zu gewagt gewesen wäre?

Ja, es ist noch eine zweite Tüte produziert worden. Auf dieser Variante sind alle Bailly Diehl-Filialen untergebracht. Als Symbol des Sommers liegt über dem Text ein Pärchen Flip Flops. Im Vorfeld präsentierten wir einige unterschiedliche Ansätze. Produziert wurden dann ..... zwei Motive.....siehe Fotos.

