

Naschkatzen

In Cannes auf dem International Marketing Festival werden die besten Kampagnen der Werbebranche mit einem Löwen ausgezeichnet. Wer keine Gelegenheit hatte, Cote-d'Azur-Flair live zu atmen, wurde auf der Nacht der Löwen-Tour 2005 durch Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt und München entschädigt. Denn dort wurden die 40 deutschen Gewinner der Werbebranche vorgestellt. Den insgesamt 5.000 Besuchern präsentierte sich die Deutsche Post, Co-Sponsor der Kategorie Direct Lions, von ihrer Schokoladenseite.

Jeder Gast wurde zum Abschied mit einer besonderen Aufmerksamkeit bedacht: ein Abbild des Cannes Löwen, das aus purer belgischer Schokolade bestand. Da mutierte der König der Tiere zu einer süßen Naschkatze.

Das Andenken wurde von Schokologo gefertigt und in einer schicken, mit Posthorn-Prägung veredelten Geschenkverpackung überreicht.

www.schokologo.com

www.post.de



Beiß mich!