

# Produkte neu verpackt BALLY WULFF setzt mit seinem neuen Produktkatalog auf kundenorientiertes Design in Kachel-Optik

Berlin, den 06.01.2016.

Der neue Produktkatalog aus dem Hause BALLY WULFF ist ein Beispiel für zeitgemäßes, übersichtliches und nutzerfreundliches Design, das sich an den Trends aus dem Internet orientiert. Ab dem 11. Januar liegen die Exemplare in den 12 Niederlassungen bereit und informieren über die neuesten Highlight-Produkte des Berliner Traditionsunternehmens.

Eine Onlineumfrage, die die Berliner unter allen Kunden im September 2015 durchgeführt hatte, lieferte die Grundlage für den neuen Produktkatalog. „Klar und deutlich haben sich unsere Kunden einen unkomplizierten, schnellen Zugang zu den Produktinformationen gewünscht – bei gleichzeitig umfangreichen Hintergrundinformationen“, erklärt Marketingleiter Francesco Vescio.



Als Resultat entschied man sich bei BALLY WULFF für den aktuellen Trend der Kachel-Optik, der sich momentan bereits im Internet durchsetzt und auf einem klaren, einfachen Design basiert. Informationen werden so bestmöglich transportiert und leicht erkennbar voneinander abgegrenzt.

Zusätzlich wurden die Produkte im Rahmen eines aufwändigen Shootings durch einen Berliner Starfotograf ins rechte Licht

gerückt, um durch detaillierte Produktbilder auf die Wünsche der Kunden einzugehen.

In Zusammenarbeit mit der Kronberger Werbeagentur das herz – unter der Leitung von Art-Director Manuel Grebing – entstand ein klar aufgebauter, moderner Produktkatalog, der die Produktpalette aus dem Hause BALLY WULFF aussagekräftig in Szene setzt.

Nina Ahrens

PR/ Marketing

BALLY WULFF Games & Entertainment GmbH

Maybachufer 48-51

12045 Berlin

[n.ahrens@bally-wulff.de](mailto:n.ahrens@bally-wulff.de)

[www.ballywulff.de](http://www.ballywulff.de)