



„Lighthouse“ (L.) ist ein stimmungsvoller Begleiter für Sommernächte.
www.philippi.com

Philippi: News für In- und Outdoor

Warme Wächter in der Nacht

Mit dem neuen Jahr nähert sich auch wieder die wärmere Jahreszeit. Nirgends lassen sich schöne Frühlingsabende oder laue Sommernächte besser genießen, als draußen im Garten, auf der Terrasse oder dem Balkon. Und damit auch nach Einbruch der Dämmerung dort noch gemütlich beisammen gesessen werden kann, hat Philippi „Lighthouse“ entwickelt. Das mondäne Gartenlicht von Designer Steve McGugan ist der stimmungsvolle Begleiter in die Nacht. Der schlanke Turm mit einer stattlichen Höhe von 60 cm bzw. 75 cm wird von einem konischen Glaskörper aus weiß gefärbtem Glas getoppt. Flexibel in der Handhabung kann der „Nachtwächter“ wahl-



Mit „Fireplace“ präsentiert Philippi eine puristische und transportable Feuerstelle.

weise mit Teelichtern oder Blockkerzen verwendet werden – für angenehm warme Lichteffekte.

Ein Wohlfühl-Ambiente kreiert auch die ebenfalls von Steve McGugan gestaltete Feuerstelle. Aus Glas und Stahl gefertigt, ist der puristische Tischkamin leicht zu transportieren, so dass er jederzeit und überall einsatzbereit ist. Damit ist sowohl in der Wohnung als auch auf der Terrasse oder dem Balkon eine heimelige Kaminatmosphäre garantiert. Mit Paraffinöl befüllt flackern die Glasfaser-/Baumwolldochte bis zu zwei Tage ohne Rauch und Gerüche gemütlich vor sich hin. Zum einfachen Nachfüllen wird ein praktischer Trichter mitgeliefert.

Brandlands: Stellt Aktionsfahrplan vor

Clever Zielgruppen begeistern

Aktuelle Themen und funktional ausgereifte Premiumprodukte gehen bei der Aktivitätenplanung, die Brandlands für die Marken Zyliss, Cole & Mason, Jamie Oliver und Ken Hom für das kommende Jahr vorstellt, einen gekonnten Mix ein. Bewährte Klassiker aus den Sortimenten sind darin genauso eingebunden wie Gewinnspiele und die Unterstützung der Organisation Slow Food.

Die Freude an der Zubereitung von Speisen und die hohe Wertschätzung regionaler Produkte greift Brandlands mit seiner übergeordneten Aktion unter dem Titel „Regional, saisonal – mach's clever“ auf. Dabei soll in der begleitenden Kommunikation auf die Problematik der hohen Lebensmittelverschwendung hingewiesen werden. Im Rahmen der Aktion unterstützt Brandlands deshalb auch Slow Food mit ihren Slow-Mobiles. Die zu Küchen umgebauten Bauwagen fahren Schulen an, um dort mit Kindern zu kochen. Parallel dazu fließt beim Kauf von Produkten der DKB-Marken ein Anteil an die Organisation, um deren Arbeit zu fördern.

Mit vier weiteren Themen sorgt Brandlands je Quartal immer wieder für Anknüpfungspunkte zur Ansprache der Konsumenten durch den Handel. So verbindet beispielsweise die erste Aktion die

Bekanntheit und Tradition der Marke Zyliss mit der hohen Funktionalität der Produkte. Unter der Überschrift „70 Jahre Zyliss“ werden vor allem die Klassiker des Sortimentes ins Blickfeld gerückt.

„Über die Verpflichtung, Speisen zu Hause zuzubereiten, haben viele die Freude am Kochen entdeckt oder wiederentdeckt. Wir sind überzeugt, mit diesen Themen diese Zielgruppen ebenso abzuholen wie die ohnehin Kochbegeisterten“, fasst Brandlands-Geschäftsführer Klaus Schmelzeisen die Intention des Aktionsfahrplans zusammen.

Brandlands plant für die Marken Zyliss, Cole & Mason, Jamie Oliver und Ken Hom 2021 eine Reihe von verschiedenen Aktivitäten, um die Produkte vorzustellen.
www.brandlands.eu

