

Eine ambient Kampagne für die Modemetropole.

Junge österreichische Modedesigner wollten sich in Paris mit einem eigenen Showroom präsentieren. Um inmitten der übermächtigen Konkurrenz der großen Shows Aufmerksamkeit zu erzielen, wurde ein Plakatkonzept entwickelt, das spielerisch mit dem Thema Designerlabel umgeht.

Jahr: 2004



