



Pressmeddelande

23 Oktober 2014

Berghs-elever presenterar förpackningsidé för Spotify

Eleverna på Berghs Schools of Communication har nu kommit halvvägs i årets SPICE, en designtävling i samarbete mellan Berghs och BillerudKorsnäs, och har presenterat förpackningslösningar för hur den digitala musiktjänsten Spotify ska möta människor fysiskt.

– Spotify var inspirerade, de trodde nog inte att studenterna skulle presentera idéer med sådan kreativ höjd, säger Jon Haag, Corporate Innovation Manager på BillerudKorsnäs.

Totalt presenterade de tolv olika grupperna 24 olika lösningar för Spotify, två per grupp. Nu går grupperna vidare med bara ett förslag vardera.

– Grupperna hade kommit olika långt inom skilda områden. En del hade en klar idé om var Spotifys pop up store, som var en del av uppdraget, skulle vara placerad och vad som ska hända där, andra hade mer fokuserat på hur den skulle se ut, säger Jon Haag.

Ett exempel på val som Berghs-eleverna står inför är om lösningen ska fungera bäst på den svenska marknaden, eller om den också ska vara skalbar för en internationell fysisk lansering av Spotify.

SPICE genomförs för femte gången och har vuxit från en tävling för eleverna vid Berghs till att bli en integrerad del av kursen Hållbar förpackningsdesign på skolan. Vinnaren i SPICE kommer att utses den 29 oktober.

Läs mer om SPICE på www.spice14.com

För mer information, vänligen kontakta:

Jon Haag, Corporate Innovation Manager, BillerudKorsnäs
Mobil +46702072557 jon.haag@billerudKorsnas.com

Pål Pettersson, programansvarig för Grafisk Design, Berghs School of Communication.
+46 (0)70 254 02 39 [pal.pettersson@berghs.se](mailto:p.al.pettersson@berghs.se)