

# ØKONOMI

## og næringsliv

# Marthe (23) best på boks

**OSLO/STJØRDAL:** Marthe Kjesbu (23) fra Hell er en av fire norske studenter som gikk til topps i en konkurranse om å designe sommerens Cola Light-bokser og flaskeetiketter.

#### ARE KVISTAD

are.kvistad@t-a.no/Tlf. 93 25 19 76

Marthe Kjesbu er tredjeårsstudent på Westerdals Grafiske Design i Oslo, og skal snart ut for å søke jobb. I mappa si kan hun nå ta med seg et bevis for at hun har designet brusbokser for verdens mest kjente merkenavn – Coca-Cola.

– Jo da, det er nok bra å ha med seg, sier den sindige stjørdalingen, som etter dette semesteret satser på å bli grafisk designer i reklamebransjen hjemme i Trøndelag.

#### På bokser og flasker

Boksene med de nye designene vil bli distribuert i en omfattende kampanje som varer fra mai til juli. I tillegg vil designene trykkes på coca-cola light flaskeetiketter.

– **Hvordan vil du selv beskrive ditt bidrag?**

– Jeg er ganske fornøyd. Designet bygger på virkemidler fra gamle russiske og kinesiske propagandaplakater, for det mente jeg passet ganske godt på Coca-Cola. De driver jo også propaganda på et vis...

– Egentlig ganske frekt?

– Jo, det var det juryen sa også, ler Marthe Kjesbu.

Premien på 15.000 kroner må hun dele med medstudentene i reklamebyrået som de driver sammen, men det gjør ingenting. Heder og ære teller også mye.

I tillegg til Marthe Kjesbu Elisabeth vanket det premier til Elisabeth Sveen fra Asker, Lise Stenersen fra Halden og Trine Paulsen fra Notodden.

#### Skryt fra bransjen

I juryen satt blant andre industridesigner Johan Verde. Han sier det kom inn mange gode bidrag til den såkalte Art Can-konkurransen.

– Disse unge menneskene har fått en fantastisk mulighet til å sette sitt eget uttrykk på en av verdens mest kjente merkevarer. Kvaliteten har vært svært høy og de fire vinnerne får nå et unikt bidrag til cv-en sin, sier Verde.

De øvrige i juryen var tidligere Westerdals-student Eva Sannum fra Try reklamebyrå, Berit Lindquister fra Norsk Designråd, og trendanalytiker Ole Petter Nyhaug fra Univero Fishnet.

– Deltakerne fikk frie tøyler i utformingen av sine design, og det er morsomt å se det brede spekteret av bidrag som er kommet inn. De har vært svært kreative, og noen av designerne har gått langt i å utfordre og flytte grenser boksenes utseende, sier Geir Erik Gabrielsen i Coca-Cola Norge.



**FREKT DESIGN:** Marthe Kjesbu har brukt kjente virkemidler fra kommunistpropagandaen i sitt vinnerbidrag -- noe juryen falt pladask for.