

## Poster of the Year 2014

Die Auszeichnung «Poster of the Year 2014» geht an eine grosse nationale Kampagne für die Bewerbung eines überaus alltäglichen Produktes: Ein Waschmittel. Das Plakat vertraut dabei auf eine absolut klassische Werbestrategie, den «Vorher-Nachher-Effekt». Hier wird der Kundschaft mit einer Kurzgeschichte aufgezeigt, was das beworbene Produkt alles kann. Im Falle eines Waschmittels ist dies das Überführen von schmutzig zu rein. So weit so gut, tausendmal gesehen. Was diese Kampagne herausragend macht, ist die brillante Auslegung dieser an sich bekannten Anordnung: Die verschiedenen Plüschtiere als Protagonisten erzählen von einem aktiven und damit glücklichen Kinderleben. Der Blick der Tiere und der Fellzustand vermittelt zugleich die Notwendigkeit wie Wirksamkeit der eben begonnenen Wäsche und die Vertextung komprimiert die visuelle Botschaft auf einen kurzen, satten Claim. Damit ist alles erreicht, was ein Plakat leisten kann und weshalb gute Plakate so breit geschätzt werden: Das «Poster of the Year» geht an eine Arbeit, die kommerzielle Vermittlung mit Augenzwinkern und visueller Kompetenz vereint.

### **TOTAL – WASCHMITTEL**

**Client:** Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich

**Agency:** Y&R Group Switzerland AG, Zürich

**Design:** Markus Gut (CCO), Dominik Oberwiler (CD), Martin Stulz (CD), Lukas Wietlisbach (AD), Sebastian Eppler (Grafik)

**Text:** Fabian Küchler

**Photo:** Fluxif

**Format:** F12 (268,5 × 128 cm), F200 (116,5 × 170 cm), ePanel, eBoard

