

ADC

Young Creatives Award 2014

KATEGORIE:

FILM

DIE POST

KONZEPT:

MIT MACHT'S MEHR SPASS!

INSIGHT:

Werbung nervt, macht Müll und sieht im Briefkasten nicht besonders gut aus. Die Bitte-Keine-Werbung-Kleber sind manchmal auch Statement, ein Zeichen gegen Werbung, ein Recht, das sich Leute nehmen wollen.

Aber was findet man in der tagtäglichen Post, abgesehen von Werbung? Eigentlich nur Rechnungen. Wir wollen das Gefühl ansprechen, das man hat, wenn man den Stopp-Werbung-Kleber auf dem Kasten hat: diese leise Ahnung, dass man womöglich etwas verpasst, etwas nicht bekommt, auch wenn es eher unwichtige Dinge sind. Ohne Werbung im Briefkasten kann man sich weder über Angebote vom Supermarkt freuen noch über hässliche Flyer aufregen. Werbung spaltet die Gemüter, aber in jedem Fall weckt sie Emotionen.

IDEE:

Die Frage "mit oder ohne Werbung im Briefkasten" wird zur Grundsatzfrage zwischen Pärchen und Zusammenwohnenden erhoben und auf die Spitze getrieben. Mit der Botschaft "Mit macht's mehr Spass!" laden wir die vermeintlich nervige und unästhetische PromoPost mit einem starken Thema auf, so stark wie das Thema Verhütung.

UMSETZUNG

Mit einer integrierten Kampagne wollen wir den Bewusstseinswechsel (“Werbung macht Spass”) und eine tatsächliche Reaktion (“Werbung - ja, bitte!”) provozieren. Kern der Kampagne ist ein Online-Video im Mockumentary-Stil, an dessen Ende ein klarer Call-to-Action steht. Dieser wird durch analoge Direct-Massnahmen (Sticker am Briefkasten, “Kondom”packung mit weiterem Sticker in der Post) unterstützt. Die Website dient als zusätzliche Informationsquelle mit der Auflistung aller Vorteile der PromoPost. Alle Massnahmen greifen ineinander und sollen Spass machen.

**ALLE MASSNAHMEN /
ABLAUF:**

1 STICKER-AKTION

Um grosse Aufmerksamkeit zu erzeugen und eine maximale Reichweite zu erzielen, wird am Aktionstag ein Sticker an die Briefkästen aller Empfänger geklebt, welche ein Stopp-Werbung-Zeichen befestigt haben. Auf dem Sticker zu sehen ist eine URL mit zweideutigem Titel: www.mitmachtsmehrpass.ch.

1 STICKER-AKTION

A rectangular sticker with a light gray background. In the center, there is a blue rounded rectangle with a white border. Inside the blue rectangle, the text "mitmachtsmehrpass.ch" is written in white, lowercase letters.

mitmachtsmehrpass.ch

Abb. 1: Aktionssticker

2 KAMPAGNEN-WEBSITE

Belustigte, verärgerte oder neugierige Empfänger gehen nun auf die Kampagnen-Website www.mitmachtsmehrspass.ch. Dort steht der Mockumentary-Film im Mittelpunkt, bei Aufruf der Seite startet er automatisch. Informationstexte auf der Seite klären ausserdem über alle Vorteile von Werbesendungen im Briefkasten auf.

2 KAMPAGNEN-WEBSITE



Abb. 2: Kampagnen-Website mitmachtsmehrpass.ch

3 VIDEO: MOCKUMENTARY

Im Video werden verschiedene Pärchen und eine “ménage á trois” in ihren Wohnungen interviewt. Sie sprechen darüber, dass sie es *mit* bzw. *ohne* machen. Dem Zuschauer kommt es so vor, als ob alle über Verhütung, bzw. mit oder ohne Kondom, reden. Ganz offen wird über Vorteile und Nachteile diskutiert, in den Gesprächen werden auch günstige Produktkäufe und unvergessliche Restaurantbesuche erwähnt. Alles bleibt jedoch so zweideutig, dass sich die Spannung bis zum Ende hält - *worum geht es denn jetzt eigentlich?*

Am Schluss dient ein Pärchen als unmittelbares Beispiel, es doch mal *mit* zu versuchen - *mit* Werbung im Briefkasten. Die entscheidende Schluss-Szene, auf die der Claim und der Call-to-Action folgt: Der Mann nimmt einen roten Sticker aus einer kleinen blauen Packung und klebt ihn mit einer entschlossenen Bewegung auf den Briefkasten.

3 VIDEO: MOCKUMENTARY



Abb. 3: Filmstill Mockumentary

4 AKTIVIERUNG

Der Clou: die Packung, die im Video zu sehen ist, finden die Empfänger am Tag nach der ersten Sticker-Aktion in ihrem Briefkasten. Form und Grösse erinnern an eine Kondomverpackung. Zusammen mit einem Infotext findet man darin einen roten Sticker in Form eines kleinen Hakens.

Die Empfänger dürfen nun entscheiden: Kleben Sie den "Check-Sticker" auf den Briefkasten, weiss der Postbote Bescheid: ab sofort wird Werbung zugestellt. Wenn man keine PromoPost erhalten möchte, gilt weiterhin der Stopp-Werbung-Kleber.

4 AKTIVIERUNG



Abb. 4: Packung mit Check-Sticker

5 FAZIT

Mit dem Claim “Mit macht’s mehr Spass!” und dem Zusammenspiel von Mockumentary und “Kondom”-Packung werden die Rezipienten auf dem falschen Fuss erwischt. Gleichzeitig werden Ihnen auf den verschiedenen Kanälen die Vorteile der eigentlich als lästig empfunden PromoPost vermittelt.

Der rote Check-Sticker dient einerseits als aktivierende Mechanik und andererseits als starkes Zeichen für Werbung im Briefkasten.

Durch viel Humor wird ein Nerv getroffen: *Wo bleibt der Spass im Briefkasten!?* Denn Werbung bringt Emotion in die alltäglichen Sendungen - das müssen sich selbst die Gegner eingestehen. Die Kampagne soll provozieren und zu einem “Mindshift” führen: vom passiv-aggressiven “Bitte keine Werbung” zum schmunzelnden “Naja, mit macht’s schon mehr Spass!”.