

WinWin

INSIGHT:

Heute ist Nachhaltigkeit wichtiger denn je - was physischer Papierwerbung noch ein schwierigeres Standing verleiht als es sowieso schon hat.

IDEE:

Mit einer OOH-Kampagen zeigen wir auf, dass Werbung nicht gleich Altpapier ist, und nach der eigentlichen Funktion für anderes weiterverwendet werden kann.

UMSETZUNG:

Die Plakatserie der Post ruft dazu auf, Altpapier (z.B. Prospekte und Zeitungen) im Haushalt zu verwenden. Durch die Visualisierung der benutzen Angebots-Prospekte im Zusammenspiel mit einer Headline und auflösenden Subline, zeigen wir, wie man von Briefkastenwerbung gleich doppelt profitiert.

SCHENKE WERBUNG MEHR WERT



Jetzt gleich doppelt profitieren.
«Bitte keine Werbung»-Kleber vom Briefkasten entfernen, Angebote sichern und Störenfriede bezwingen.

DIE POST

SCHENKE WERBUNG MEHR WERT



Profitiere gleich doppelt:
«Bitte keine Werbung»-Kleber vom Briefkasten entfernen, Angebote sichern und Cheminée anfeuern.

DIE POST

SCHENKE WERBUNG MEHR WERT



Profitiere gleich doppelt:
«Bitte keine Werbung»-Kleber vom Briefkasten entfernen, Angebote sichern und Tisch stabilisieren.

DIE POST

SCHENKE WERBUNG MEHR WERT



Profitiere gleich doppelt:
«Bitte keine Werbung»-Kleber vom Briefkasten entfernen, Angebote sichern und Tässli beim Zügeln retten.

DIE POST