

Intro

Liebe Tag- und Nachtgestalten.

Provozierende Werbekampagnen erleben in der heutigen Zeit ein Revival. Scharfe Slogans, provokante Bilder und umstrittene Anspielungen beherrschen die Medien, die Plakatwände und das Internet. Dort wo die Kleidermarke Benetton einst begann, setzen nun Andere munter ihre Ideen um.

„Ali Kebap - New in Town“, „Behinderte kosten nur Geld“ oder die Plakate gegen die Minarette. Diese drei Kampagnen haben in den letzten Wochen die Schweiz bewegt. Allen gemeinsam ist die Provokation. Die Macher wollen gezielt einen Skandal herbeiführen und setzen dabei auf die Massenmedien und - natürlich - leichtgläubige Politiker und Bürger. Dank deren Boykott oder Gegenmassnahmen erfahren die Werbekampagnen die erwünschte Aufmerksamkeit. Wohin wird uns dieser Trend noch führen?

Übergeschwappt ist dieser Trend bereits in die Politik, die Wirtschaft und ins normale Leben. Da werden geheime Dokumente liegen gelassen, Sitzungen im stillen Kämmerlein auf Band mitgeschnitten oder im Backstageraum zeichnen Kameras das Treiben auf. Alles gewollt und mit einem Ziel des oder der Initianten inszeniert. Wollen wir all diese Dinge wissen?

Als nächstes kommt wahrscheinlich Nella Martinetti die ihren Krebstod live im Internet ankündigt. Oder, der reiche Partyveranstalter gibt zu, dass seine Verhaftung der Höhepunkt einer neuen Marketingkampagne war. Verrückte Welt, irgendwie.

Premium Partner

NOKIA

job
winner.ch
Die Schweizer Stellenplattform

job
winner.ch
Le site suisse de l'emploi

Canon

Specials



Lange Nacht der Hotelbars



LANGE NACHT DER HOTELBARS
Zürich 14. November 2009