



# SZENE

## Poster of the Year 2017:

### «Soziale Kontakte»

#### Bild 1 Dieses Jahr geht der Titel

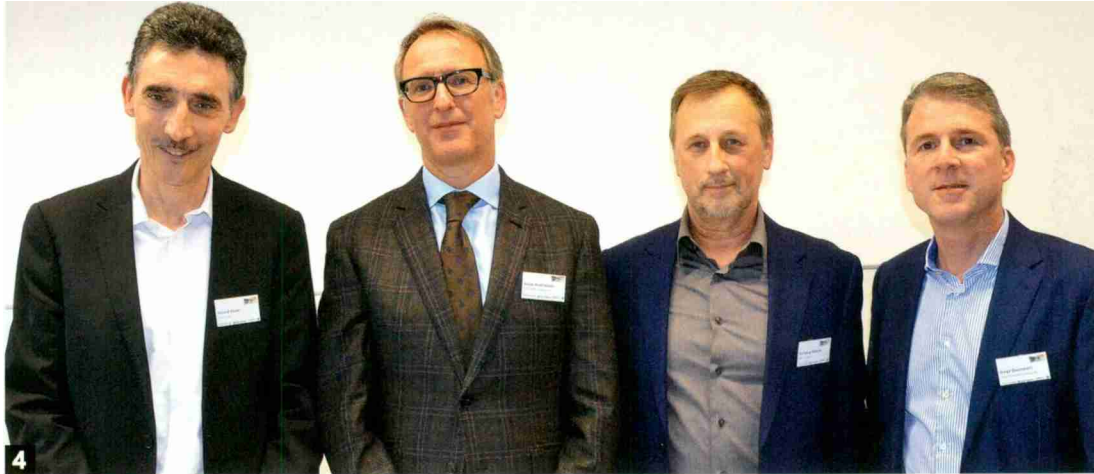
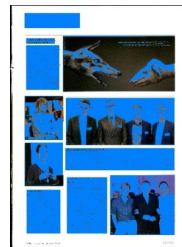
«Poster of the Year» an das Plakatmotiv «Soziale Kontakte» – kreiert von der Werbeagentur Ruf Lanz für das Autismus Forum Schweiz. Die Sensibilisierungskampagne für Menschen mit der Autismus-Spektrum-Störung basiert auf der Bildidee verfeindeter Tiere, die detailgetreu auf Hände gemalt wurden. Insgesamt waren zum Wettbewerb 230 Beiträge eingegangen. Von den 28 Nominierten wurden 14 Kampagnen ausgewählt und von der 20-köpfigen Fachjury mit einem Swiss Poster Award in Gold, Silber oder Bronze preisgekrönt.



### «marke[ding]»

**Bild 2** Zum ersten Mal fand die marketing. Messe für Werbeartikel, in der Samsung Hall in Zürich statt. Und auch nur an einem Tag, statt derer zwei. An der 1000-Besucher-Marke wurde gekratzt. Veranstalter Michael Mätzener zeigte sich zufrieden.

**Bild 3** Wie kann man Werbung auf Instagram gestalten, dass sie potenzielle Kunden so in den Bann zieht, dass der Onlineshop besucht wird? Anna-Lena Radünz aus Ulm hielt zu diesem Thema einen Vortrag und gab Tipps.



#### Wie Aussenwerbung besser wirkt

**Bild 4** Bereits zum dritten Mal hat das Frankfurter Institut Ikao die Wirkung von Aussenwerbung in einer Studie untersucht. Unterstützt vom SWA, Clear Channel und MK präsentierte der Medienanalyst Wolfgang Hothum die Resultate der Studie in Zürich. Nur gerade zwölf Prozent der untersuchten Sujets zählen zur Dialog-Güte-Kategorie 1 (Werte von über 90 Prozent), weitere 27 Prozent schafften den Sprung über die 80-Prozent-Marke. Der grösste Teil der untersuchten Motive zeigte sich dagegen als gestalterisches Mittelmass. Auf dem Bild zu sehen sind Roland Ehrler, SWA, Guido Wietlisbach und Wolfgang Hothum (beide DSM-Ikao) sowie Diego Quintarelli, Clear Channel Schweiz (v. l. n. r.).

#### Trafo Baden feiert Jubiläum

**Bild 5** Seit 15 Jahren dient die umgebaute Industriehalle als perfekte Eventlocation. Zum Jubiläum nun dachte sich das Team vom Trafo um Geschäftsführer Reto Leder etwas Besonderes aus. Kunden, Partner und Freunde wurden mit einer Vinylschallplatte eingeladen. Wer sich die Mühe machte und seinen alten Plattenspieler aus der Versenkung holte, konnte Leders eingesprochener Einladung lauschen. Die Party fand unter dem Motto «Golden Nights» statt. Dresscode: Abba-Style. Die meisten Gäste erschienen allerdings in normalem Look, liessen sich aber von der Abba-Coverband zum Mittanzen animieren. MK fand ein einziges Pärchen im Abba-Look und animierte Reto Leder (Mitte), dies fotografisch festzuhalten. Flavia Hofmann und Sven Arber gefiel's.

