

# Ansicht



**Thom Pfister**  
Creative Director  
Branders

**Zwei Kenner aus Werbung und Medien beurteilen in dieser Rubrik unabhängig voneinander aktuelle Kampagnen aus Print und Film.**



**Ruedi Wyler**  
CD und Eigentümer  
Wyler Werbung

## Advico Y&R, Migusto

Branders hat Migusto von der Strategie bis zum Frontend mitentwickelt, darum gefällt mir diese Kampagne natürlich besonders. Wir freuen uns sehr, Teil dieser spannenden Plattform zu sein. In so einem Grossprojekt Online, Print und Film aufeinander abzustimmen, ist eine Herausforderung. Eines der stärksten Projekte dieses Jahres. Bravo!



## Advico Y&R, Migusto

Migusto, die Hauswirtschaftsschule der Migros. Appetitlich zubereitet.

## Quade & Zurfluh, Concordia/BFU

Auch wenn die starke Headline «Kluge Köpfe schützen sich» schon alt ist, ist sie immer noch relevant und gut. Leider ist alles andere an dieser aktuellen Kampagne schwach. Schade – gerade die Umsetzung lässt so viel Herzblut und Leidenschaft vermissen, und das zieht sich bis zur Micro-site durch.



## Quade & Zurfluh, Concordia/BFU

Werbung fürs Helmtragen, die nicht auf den Kopf gefallen ist, gibt es schon einige. Diese hat den Gipfel noch nicht ganz erreicht.

## Havas, Laser Promed

Schönes für die Schönheit! Eine gelungene kleine Printkampagnenserie, bei der mir alle drei Visuals gefallen: Sie sind ästhetisch, modern und von der richtigen Headline gekrönt. Schön zu sehen, dass man beim Thema Beauty nicht immer Menschen abbilden muss.



## Havas, Laser Promed

Diese Kampagne hat einen grossen Nachteil: Sie ist leider nicht von uns.

## TBWA\Zürich, McDonald's

Da haben es leider nicht alle gleich drauf. Die Spots sind mit ganz einfachen Mitteln und viel Fun umgesetzt, und das Medium Film wird gut gespielt. Mit Fun Fries kann man so was ja machen – und es gefällt! Die Printmassnahmen sind dann etwas weniger funny und, ehrlich gesagt, auch nicht sehr lecker in der Umsetzung.



## TBWA\Zürich, McDonald's

Die Werbung zeigt es: ein Gedicht von einem Gericht!