



Auflage	62'250	Ex.
Reichweite	n. a.	Leser
Erscheint	2-woe	
Fläche	8'349	mm ²
Wert	4'100	CHF

PoS-Motiv des Monats Mai

Sympathisch schweizerisches Plakat mit Signalwirkung. Diese Kombination führte für die Marke Kägi im Wettbewerb PoS-Motiv des Monats Mai zum Sieg. „Neun Quadratmeter krachroter Impuls. Das Motiv kommt mit einer beeindruckend dimensionierten Produktabbildung zur Sache und ordnet ihr eine wertende Aussage bei, die für Leckermäuler wie ein himmlisches Versprechen klingen muss.“ Für Jury-Mitglied Wolfgang Hothum (IKAO), gab es keine Frage, welche der drei nominierten Kampagnen die Auszeich-

nung verdiente. Auch in der Abstimmung der LP-Leser kam das Motiv auf den ersten Rang und setzte sich somit in der Finalrunde des Wettbewerbs von LEBENS-

MITTEL PRAXIS und auf Außenwerbung gegen die Plakate von Freiburger und Melicena durch. Wählen Sie für Ihren Favoriten im Juni auf lebensmittelpraxis.de.



Fotos: Saupiquet, Kägi, Schwarze und Schlichte