



Cats + Ads = Cads.

Cads, die Ausstellung zum Thema Katzen & Werbung, bietet im Schönbrunner Tiergarten einen internationalen Überblick über den Auftritt von Katzen in Werbung, Brand Management und Product Development. Zwei Junior-KonzeptionistInnen erregen damit auf informative, ästhetische wie auch unterhaltsame Weise Aufmerksamkeit ...

Tiere in der Werbung. Sind es die Toyota-Affen, ist es der Esso-Tiger oder aber die Milka-Kuh, die Ihnen in den Sinn kommen?

Welche Tiere, welche Werbekampagnen auch Ihre Lieblinge sein mögen, fest steht, daß Tiere zu den beliebtesten Testimonials in der Werbung gehören. Den Beweis können Sie jetzt erstmals mit eigenen Augen sehen. Als Weltpremiere.





Unter dem Motto „Effiechereien“ konzipierte die Hausagentur von Siemens die diesjährige EFFIE-Gala. Mit diesem zentralen Gedanken trat die IAA an die Studenten der Werbeakademie am WIFI Wien heran: Eine Ausstellung sollte das Motto kompletieren. In einer Wettbewerbspräsentation stach die Idee von Katharina Suppan und Nick Thal besonders heraus. Sie hatten das Thema auf Katzen & Werbung fokussiert und damit ein schlüssiges Ausstellungskonzept erarbeitet. Cads, Cats & Ads (Advertising) war geboren.

In Zusammenarbeit mit Siemens realisierten die beiden ein vielfältiges Konzept. Noch im Juni wurde es der Leitung des Schönbrunner Tiergartens vorgestellt, um die Ausstellung dort nach der EFFIE-Gala drei Wochen lang der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Die Grundlage bildeten exakte Zielgruppendefinitionen, die wiederum auf den verschiedenen Aufgaben basierten, denen Cads gewachsen sein mußte: Im Umfeld der von Werbern besuchten EFFIE-Gala zählte der werbedidaktische Effekt,



der Schönbrunner Tiergarten verlangte die unterhaltende Komponente, auch Ästhetik und Tierinformationen sollten nicht fehlen.

In diesem Sinne machte sich das Duo auf die Jagd nach allen Arten von Hauskatzen und Raubkatzen in der Werbung: Auf der Suche nach Sujets und anderem themengerechtem Material wurden internationale Kontakte geknüpft. Amerikanische, japanische und chinesische Unternehmen und Agenturen gehören genauso zu den Ausstellern wie eine Vielzahl heimischer, deutscher, schweizerischer, englischer und französischer Partner, die für Cads gewonnen werden konnten.

Sorgsam wurden die ausgewählten Sujets insgesamt neun Stationen zugeordnet:



Alles für die Katz' – Schmuskatzen – Geile Miezzen – Wie Hund und Katz' – Naschkatzen – Samtense Pfoten – Einfach königlich – Katzen? Na Logo! – Cads & Friends.

So trifft man etwa den Schokoriegel Lion bei den Naschkatzen an, während der rare Panther Kallista ebenso wie manche Auto-Katze auf samtene Pfoten schleicht. Ein Grand Marnier schlüpfender Leopard ist bei Geile Miezzen vertreten. Einfach königlich werben der Samson-Tabak oder Linford Christies Puma-Augen. Die Schmuskatzen stehen für Marken wie Whiskas und Schaffhauser Wolle, Benetton's Black-&-White-Duo zeigt, welch böse menschliche Erfindung der Ausdruck Wie Hund und Katz' ist. Katzenlogos von Generali bis Slazenger beantworten die Frage „Katzen?“ mit „Na logo“. Daß Katzen Freunde haben, beweisen Sujets wie der Hippo von Nikon. Und Alles für die Katz' bietet einen Überblick über die breit gefächerte Petfood-Industrie.

In Summe bietet die Ausstellung Cads eine erlesene Selektion von 150 einschlägigen Sujets sowie zahlreiche TV-Spots. Sei es der Esso-Tiger, Benetton, Sheba, Jaguar, Puma oder gar der amerikanische Golfsportkonzern Lynx – es ist so ziemlich alles vertreten, was sich an Katzen in Werbung, Marketing oder Produktentwicklung so



tummelt. Auch bisher hierzulande eher unbekannte Unternehmen bereichern die Ausstellung mit ihrem exotischen Touch. Auf seinem Trip durch den Dschungel der Katzenwelt unternimmt der Besucher auch eine Reise durch die Zeit, bedenkt man, daß das älteste Sujet immerhin aus dem Jahre 1894 stammt.

Doch nicht nur das oft mühevoll zusammengetragene brauchbare Sujets zählt zu den gestellten Aufgaben. Eine Werbekampagne in Form von Plakaten und des dazugehörigen Hörfunksports unterstützte das Projekt. Das Tüpfelchen auf dem i allerdings ist ein zwölfseitiger Catalogue, der Auszüge des Gezeigten über die Ausstellung hin-

Simply irresistible.

Echt haarsträubend - ein Napf ohne Whiskas!

Vorsicht bissig!

NEU!

Lion KING SIZE

LION KING SIZE



weg in die Bücherregale der Besucher transportiert. Um jedoch nicht nur den Katzenliebhaber, sondern alt und jung für dieses Erlebnis zu begeistern, wurde bei der Konzeption auch darauf geachtet, einen ebenso informativen, ästhetischen wie auch unterhaltenden Effekt zu erzielen.

Die Ausstellung „Cads – Katzen & Werbung, dürfte einzigartig sein. Ein Cadserischer Gedanke? Kaum, denn immerhin konnte bei der Erkundung oben genannter Märkte weltweit kein ähnliches Projekt ermittelt werden.

Cads ist noch bis 17. Oktober 1999 von 9 bis 18 Uhr im Elefantenhaus des Tiergartens Schönbrunn zu besichtigen. ■



Advertorial



Effizienz und Kreativität in der Werbung

Effizienz hat dieses Jahr für uns eine besondere Bedeutung, denn Effizienz war auch mit ein Grund für die Auslagerung der ORF-Werbung in die ORF-Enterprise. Unsere neue Unternehmensstruktur ermöglicht uns ein verstärkt marktgerechtes und flexibles Handeln.



Da Werbung mit Effizienz und Kreativität untrennbar verbunden ist, ist es uns von der ORF-Enterprise ein großes Anliegen, beides zu unterstützen. Einerseits bringt das meine Österreich-Repräsentanz in Cannes zum Ausdruck und andererseits sponsern wir auch heuer wieder den EFFIE.

Top ORF-Programme liefern für Werbekampagnen das passende Mediuemfeld, und die Palette unseres Angebots im TV und Radio sorgt für einen breiten Marketing-Mix. Die ORF-Enterprise verhilft zu den effektivsten Kampagnen, den stärksten Produkteinführungen und den besten Relaunches, die es in Österreich geben kann.

Ich gratuliere auf diesem Weg allen EFFIE-Gewinnern, die wieder einmal bewiesen haben:

Werbung wirkt. Im ORF.



Generalsponsor des EFFIE '99 ANNUAL