

Werbeplakat für Graubünden, um 1992

Farboffset 91 x 128 cm. Publiziert in: Heimat verkaufen. Zehn Jahre Werbung für die Ferienecke der Schweiz, Zürich 1998, 4-5.

Kommentar

Das hier gezeigte Plakat stammt aus der über 120 Plakate umfassenden Werbekampagne für Ferien in Graubünden. Diese 1989 von der Zürcher Werbeagentur Weber, Hodel, Schmid konzipierte Kampagne wurde 1999 mit grossem Erfolg beendet. Die mehrfach ausgezeichneten Plakate sind zu Klassikern geworden.

Mit Slogans wie «la regina della disco music di Vrin» oder «Manchmal verstehen wir Bündner uns selbst nicht» haben die Werber nicht nur eine ironische Saite zum Klingen gebracht. Ziel der Kampagne war ebenso, die Bündner in ihrer Eigenart darzustellen. Auch kritische Sprüche waren auf den Plakaten zu lesen.

Die Werbeserie fand auch deshalb eine besondere Resonanz, weil sie sich von der Plakatwerbung älteren Zuschnitts in erheblichem Masse zu unterscheiden wusste. Inhaltlich stehen weder die Landschaft noch die jeweiligen Hotels im Zentrum, sondern die Bündner als mehr oder weniger eigenartige Menschen. Formal wurde ein frecher und lustvoller Ton angeschlagen.

Das Layout der Plakate setzt sich immer aus denselben 3 Teilen zusammen, nämlich einem grösseren Bild, einem fettgedruckten, dem Bild unterlegten Slogan und einem längeren Text. Der Slogan kommentiert das Bild und bringt es meistens in ironischer Weise zum Sprechen.

Die Kühe mit Kurgästen gleichzusetzen ist Unfug. Dieses lustvolle Spielen mit Dingen, die eigentlich nicht zusammengehören, zeichnet die meisten Plakate dieser Kampagne aus.

Literatur:

Vgl. den Beitrag von Bruno Fritzsche und Sandra Romer in Band 3. (Kurzfassung)
Heimat verkaufen. Zehn Jahre Werbung für die Ferienecke der Schweiz, Zürich 1998.