

1/2 You're fisherman.

Buying fish is fishing. The idea is to make people clear, that they have a direct influence on what will happen to the fish and the ocean.



Kleiner Text: 28% der internationalen Fischbestände sind überfischt. Essen Sie weniger Fisch und geben Sie so bedrohten Arten Zeit um sich zu regenerieren.

Solution

Es liegt in unserer Hand

Die schlechte Nachricht: Unseren Meeren und den darin lebenden Fischen geht es schlecht. Wo ist er hin der ganze Fisch? Ganz einfach: Wir haben ihn gegessen.

Die gute Nachricht lautet: Wir haben es selbst in der Hand, diesen kritischen Zustand zum besseren zu verändern. Kaufen und essen wir bewusster und weniger Fisch. Die Kampagne möchte nicht schockieren sondern darauf aufmerksam machen, welche direkt und einfach wir dieses Problem beheben können.

Die Plakatmotive zeigen das keyvisual sowie das Grundprinzip. Andere Fischarten und Personen die verschiedene Körper tragen sind denkbar.

Einkaufskorb Guerilla-Kampagne
Die Kampagne soll neben den Anzeigen, auf reale Einkaufskörbe angewendet werden. Die direkte

2/2

You're fisherman.

Buying fish is fishing. The idea is to make people clear, that they have a direct influence on what will happen to the fish and the ocean.

Creative's profile



Creative's top 5 skills

Graphic Design, Illustration, Product Design, Packaging Design, Communication Concept