



Die auf Food spezialisierte Bildagentur Stockfood schreibt auch in diesem Jahr den Wettbewerb „FAB Futures Award“ für die beste Werbeidee eines Nachwuchsdesigners aus. Die Aufgabe besteht darin, eine Werbekampagne mit vorgegebenen Motiven für eine fiktive Lebensmittel- oder Getränkemarkte zu gestalten. Eines der zehn Motive thematisiert eines der zurzeit größten „Sorgenkinder“ der Milchbranche, die Butter. Und der könnte in der Tat ein zündendes Werbekonzept nicht schaden.

FIKTIVE

BUTTERKAMPAGNE