



© Benjamin Cremel/Red Bull Content Pool

Neymar Jr.

Der Fußballprofi rückte an seinem Geburtstag die Marke Red Bull ins passende Licht.

Silberbrosche und einen Hut im Red Bull-Design. Die Marke Red Bull war so inmitten zahlreicher prominenter Gäste und wurde über unzählige Medien hinaus in die Welt getragen.

Hinaus in die Welt

„Mit diesem Projekt konnten wir eine großartige Designkooperation umsetzen“, so Martin Berger, CEO der Werbeagentur Projekt21. Als Werbeagentur arbeitet Projekt21 konsequent an der Entwicklung zeitgemäßer Kommunikationslösungen, die einen emotionalen Mehrwert kreieren. „Bei diesem Branding-Projekt wurde eine bemerkenswerte österreichische Designgeschichte für den Spitzenfußballer Neymar Jr. geschrieben“, heißt es in einer Aussendung.

Projekt21 ist eine international tätige Agentur mit Headquarter in Wien und Dependence in Meran. Sie bietet in den sechs Business-Units Kommunikation, Werbung, Design, Online, Events und die Meta-Unit für Lifestyle. (red)

Weitere Informationen:

www.projekt21.com

Designgeschichte

Die Agentur Projekt21 verschaffte Red Bull mithilfe von Fußballer Neymar Jr. Aufmerksamkeit.

WIEN. Wann erhält eine Marke viel Aufmerksamkeit und ist besonders präsent? Wenn Fußballstar Neymar Jr. diese trägt.

Diesem Gedanken folgte nun die Werbeagentur Projekt21 und realisierte für Red Bull ein werbewirksames Athleten-Branding

mit dem Ziel, mehr Aufmerksamkeit und Präsenz für die Marke Red Bull zu generieren.

Um dieses Ziel zu verwirklichen, holte man die österreichischen Designer Andreas Eberharder vom Label „And_i“ und Nuriel Molcho & Audrey Lee

James von „Nomade Moderne“ an Bord, um ein außergewöhnliches Fashion-Accessoire im Red Bull-Branding zum 26. Geburtstag des Paris Saint-Germain-Stürmers Neymar Jr. zu designen. So trug der Fußballer bei seinem Geburtstagsfest eine



| Top-Agenturen Österreichs

Neuer Ethik-Kodex

Neuaufgabe für die Werbewirtschaft.

WIEN. Der Ethik-Kodex der Werbewirtschaft wurde in den Arbeitsgruppensitzungen zum Thema „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ sowie „Gewalt“ überarbeitet und abgeschlossen. Die neue Version des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft ist als pdf-File auf der Homepage des Werberats veröffentlicht und findet sich unter https://www.werberat.at/layout/ethik_kodex_1_2018.pdf wieder. Der Ethik-Kodex der Werbewirtschaft stellt einen Kernbereich des österreichischen Systems zum Schutz der Verbraucher vor Missbrauch der Werbung dar.

Selbstdisziplinäre Mechanismen der Werbewirtschaft dienen zur Überwachung und Korrektur von Fehlerscheinungen und Fehlentwicklungen. (red)



© ÖWR/Katharina Schiffl

Der Werberat veröffentlicht den überarbeiteten Ethik-Kodex.