

Die 20 Minuten Design Edition.

Ausgangslage

Das neue Samsung Galaxy S8 soll im iPhone-Land Schweiz als neue Design-Ikone wahrgenommen werden. Aber wie kann man der Bevölkerung auf einen Schlag vermitteln, dass sich das Design von Samsung verändert hat? Indem man Design selbst verändert. Und zwar von etwas, das in der Schweiz jeden Tag von 1,2 Millionen Leuten in den Händen gehalten wird.

Lösung

Die grösste Tageszeitung der Schweiz wurde zum grössten Mailing der Schweiz. Es wurde ein komplett neues Design entwickelt – für einen einzigen Tag, dem Launch-Tag des Galaxy S8. Dazu wurde der Satzspiegel neu aufgelegt sowie die Typographie modernisiert. Für die Fotografie wurde ein einheitliches Konzept erarbeitet. Und für jedes einzelne Ressort wurden passende Icons entworfen. Alles wurde neugestaltet – vom Horoskop bis zur Wetterkarte. Ausserdem wurde mit einer zusätzlichen Farbebene die Grenzen des Zeitungsrasters aufgehoben.

Response

Die Schweiz war zweigeteilt: Die einen vermissten ihre klassische 20Minuten, die anderen erfreuten sich an einer ungesesehenen Design-Ausgabe. Schweizweit nahm sogar die Konkurrenz-Presse die Aktion auf und Design-Blogs aus aller Welt berichteten über den radikalen Umgang mit dem vermeintlich klassischen Kanal Print. Die Botschaft „Galaxy S8 steht für revolutionäres Design“ erreichte so 4 Millionen Kontakte und die Verkaufszahlen steigerten sich um +40% gegenüber dem Vorjahr.

