



Schönstes Anzeigenmotiv gewählt

**And the winner is:
Säck in Bläck**



Und wieder einmal war LANXESS unserer Zeit ein Stück weit voraus: Als im Frühjahr 2008 alle Welt über die Oscar-Verleihung in Hollywood sprach, hatten wir unsere längst vergeben. Allerdings entschied bei uns auch keine Jury – obwohl auch hier erstklassige Profis mitgemacht haben. Und es gab auch keine Filme zu bewerten, sondern originelle „Kinoplakate“:

Wir hatten unsere Kunden aufgefordert, aus der Palette unserer Anzeigenmotive ihren Favoriten zu wählen.

„Ein Käfig voller Säcke oder *Säck and the City?*“
„*Sack Journal* oder *Ein Platz an der Sonne?*“ – das waren einige der Kandidaten, zwischen denen es sorgsam abzuwägen galt. Schließlich gab es ja etwas zu gewinnen. Und unsere Kunden haben sich nicht lumpen lassen und kräftig mit gewählt. Deutschland sucht die Superanzeige!

Und Ende 2007, lange bevor sich die Oscar-Jury in den USA auch nur zusammengesetzt hatte, war die Entscheidung bei uns auch schon gefallen. Der ausgelobte DVD-Spieler ging inzwischen an **Bernd Rohrwick**, seines Zeichens Estrich-Fachmann in Westhofen. Wir gratulieren! Auch die ebenfalls verlostten zehn Popcornmaschinen dürften mittlerweile bei den Gewinnern angekommen sein. Wir hoffen, dass sie dem einen oder anderen Empfänger zu einem schönen Heimkinoabend verholfen haben und bedanken uns für die rege Teilnahme! Ach ja: Eine Frage bleibt natürlich. Wer hat denn nun gewonnen? Sieger war ein echter Klassiker für Leute, die coole Sonnenbrillen lieben: *Säck in Bläck*. Silber ging an gediegene Qualität in heimischer Kulisse, auch wenn im Vergleich zum Vorbild die Fransen am Gebinde fehlten: *Der Sack im Silbersee*. Bronze haben unsere Kunden dem Motiv *Säck and the City* verliehen, dessen gut angezogene Hauptdarsteller auf dem Plakat aber auch wirklich eine gute Figur machten.

Und für wen *wir* gestimmt haben? Uns sind die Motive alle gleich lieb – wir finden, dass unsere PR-Kollegen da einen prima Job gemacht haben!