

Die Ausgangslage

98 Prozent aller Schweizer
kennen Sugus. (Cash)

Heisst: Wir müssen Sugus
nicht bekannt machen,
sondern das Bonbon neu
positionieren.

Was macht Sugus aus?
Nun: Wir alle kennen Sugus
von früher, von damals, als
wir noch Kinder waren.

Das wirkt. Bereits durch
blosses Anschauen
der bunten Fruchtsirup-
Dinger, wird man wieder
ein bisschen Kind.

Darum positionieren wir das
Bonbon so: Mit Sugus, fühlt
man sich jung.

Sugus wirkt verjüngend.
Und diese Wirkung drama-
tisieren wir.

Ergo machen wir Sugus zu
einem Anti-Aging-Produkt.

Dazu bauen wir ein
surreales Beauty-Labor
als Werbevehikel auf.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

Und geben im Claim ein
grosses Versprechen ab.



Bleib ewig jung.

Das sind die Bausteine für
unsere Sugus-Kampagne.

Diese rollt gestaffelt in drei
Phasen an. Legen wir los.

Die erste Phase

Kann ein Pferd über einen Graben springen, lass es über den Grand Canyon springen. (Paul Arden)

Das machen wir mit Sugus. Weil wir wollen, dass möglichst viele Leute möglichst schnell Laboratoire Sugus kennen.

Und am einfachsten geht das mit Fernseh-Werbung.

In einer Serie von TV-Spots zeigen wir, wie die Anti-Aging-Wirkung in die Sugus kommt. Das sieht so aus.

Der TV-Spot «Rutschbahn»

Der TV-Spot «Hula-Hopp»

Die Testmotive setzen wir
auch im Print-Bereich ein.

Als doppelseitige Inserate
oder als Plakate.



LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

Revolutionäre Tests beweisen: Teddy-Bären aktivieren verjüngende Nervenimpulse.



Ein komplexes Phänomen, das erst jahrelange wissenschaftliche Arbeit entschlüsseln konnte. Denn die Ursachen des Verjüngungseffekts liegen tief verborgen in der inneren Struktur der Teddy-Bären.

Nun brachten intensive Studien den Durchbruch: Von besonders vitaler Bedeutung ist die Dichte der Stofftier-Wattierung. Denn die wirksamsten Signale lösen semi-weich gestopfte Bären aus.

Deshalb haben wir ein Anti-Aging-Produkt entwickelt, das nach der Einnahme umgehend eine semi-weiche Konsistenz entwickelt. Eine Formel, die uns auf einzigartige Weise jung macht.



Bleib ewig jung.

Das Inserat «Teddy-Bär»

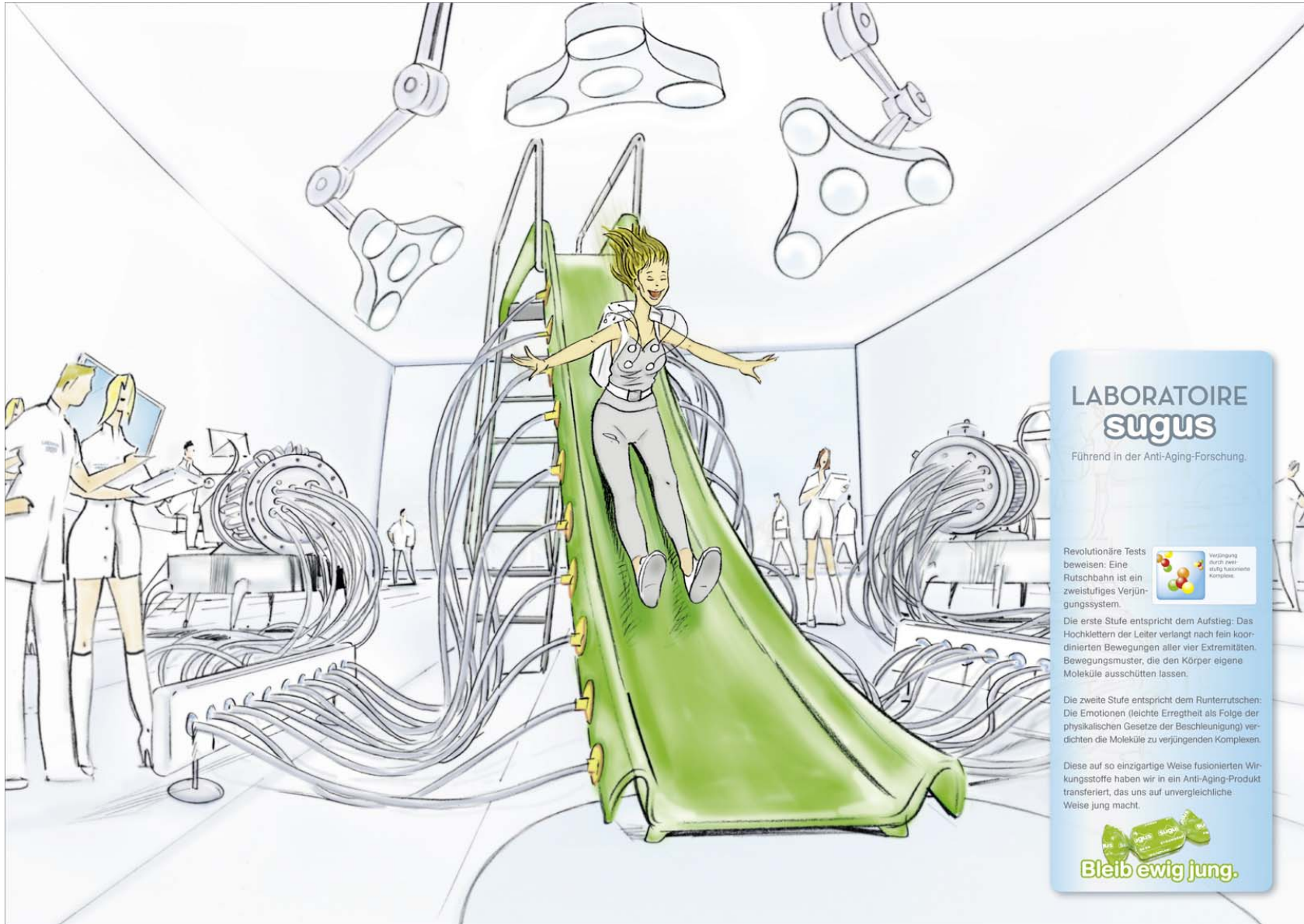
Verjüngung durch semi-weiche Konsistenz.

Revolutionäre Tests beweisen: Teddy-Bären aktivieren verjüngende Nervenimpulse.

Ein komplexes Phänomen, das erst jahrelange wissenschaftliche Arbeit entschlüsseln konnte. Denn die Ursachen des Verjüngungseffekts liegen tief verborgen in der inneren Struktur der Teddy-Bären.

Nun brachten intensive Studien den Durchbruch: Von besonders vitaler Bedeutung ist die Dichte der Stofftier-Wattierung. Denn die wirksamsten Signale lösen semi-weich gestopfte Bären aus.

Deshalb haben wir ein Anti-Aging-Produkt entwickelt, das nach der Einnahme umgehend eine semi-weiche Konsistenz entwickelt. Eine Formel, die uns auf einzigartige Weise jung macht.



LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

Revolutionäre Tests beweisen: Eine Rutschbahn ist ein zweistufiges Verjüngungssystem.

Die erste Stufe entspricht dem Aufstieg: Das Hochklettern der Leiter verlangt nach fein koordinierten Bewegungen aller vier Extremitäten. Bewegungsmuster, die den Körper eigene Moleküle ausschütten lassen.

Die zweite Stufe entspricht dem Runterrutschen: Die Emotionen (leichte Erregtheit als Folge der physikalischen Gesetze der Beschleunigung) verdichten die Moleküle zu verjüngenden Komplexen.

Diese auf so einzigartige Weise fusionierten Wirkungsstoffe haben wir in ein Anti-Aging-Produkt transferiert, das uns auf unvergleichliche Weise jung macht.



Bleib ewig jung.

Das Inserat «Rutschbahn»

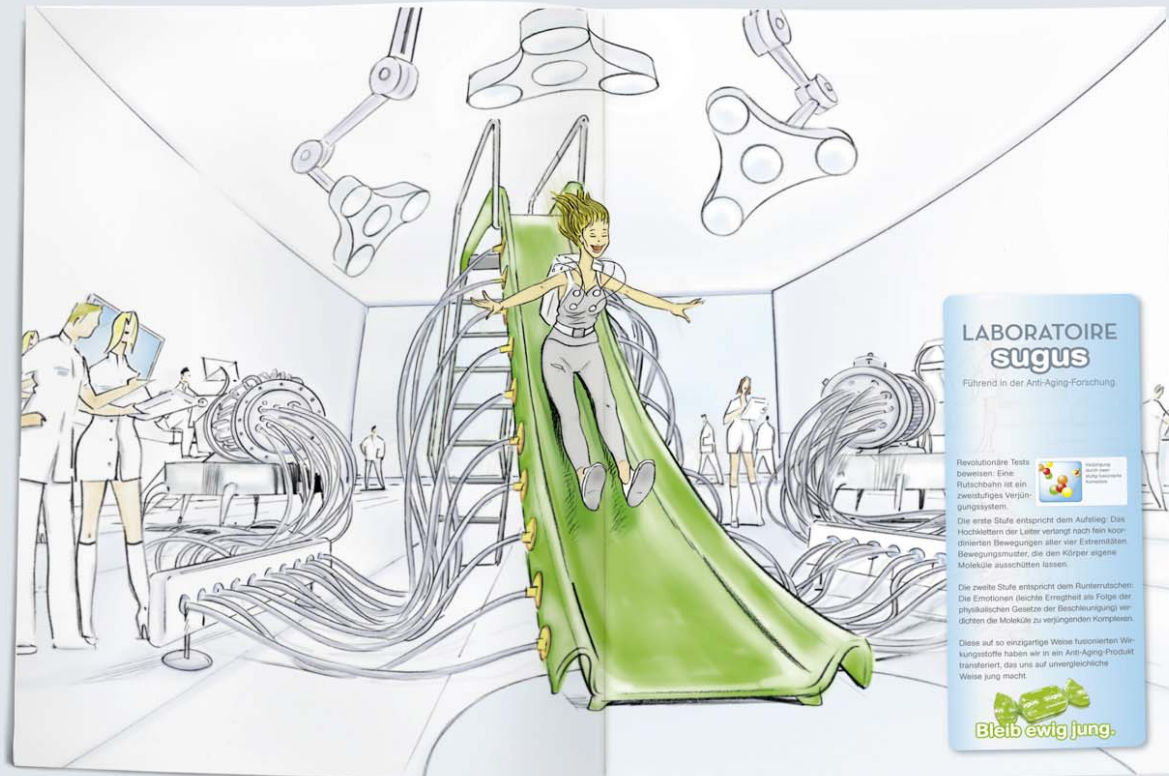
Verjüngung durch zweistufig fusionierte Komplexe.

Revolutionäre Tests beweisen: Eine Rutschbahn ist ein zweistufiges Verjüngungssystem.

Die erste Stufe entspricht dem Aufstieg: Das Hochklettern der Leiter verlangt nach fein koordinierten Bewegungen aller vier Extremitäten. Bewegungsmuster, die den Körper eigene Moleküle ausschütten lassen.

Die zweite Stufe entspricht dem Runterrutschen: Die Emotionen (leichte Erregtheit als Folge der physikalischen Gesetze der Beschleunigung) verdichten die Moleküle zu verjüngenden Komplexen.

Diese auf so einzigartige Weise fusionierten Wirkungsstoffe haben wir in ein Anti-Aging-Produkt transferiert, das uns auf unvergleichliche Weise jung macht.



LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

Revolutionäre Tests
beweisen: Erke.
Rutschbahn ist ein
zweistufiges Verjüngungssystem.

Die erste Stufe entspricht dem Aufsteig. Das
Hochklettern der Leiter verlangt nach hoch koordinierten
Bewegungsmustern, die den Körper eigene
Moleküle ausschütten lassen.

Die zweite Stufe entspricht dem Runterutschen.
Die Emotionen (leichter Erregtheit) als Folge der
physikalischen Gesetze der Beschleunigung) werden
die Moleküle zu verjüngenden Komplexen.

Diese auf so einzigartige Weise fusionierten Wirkstoffe
haben wir in ein Anti-Aging-Produkt
transferiert, das uns auf unvergleichliche
Weise jung macht.



Bleib ewig jung.



LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

Revolutionäre Tests
beweisen: Hula-Hopp
setzt verjüngende
Alpha-Wellen frei.
Deshalb haben wir
ein Anti-Aging-Produkt
entwickelt, das beim
Kauen den Takt von
Alpha-Wellen simuliert
und so natürlich jung
macht.



Vorgang
durch
Schwingungen
in den
Körperzellen.



Bleib ewig jung.

Das Plakat «Hula-Hopp»

Verjüngung durch Schwingungen in den Körperzellen.

Revolutionäre Tests beweisen: Hula-Hopp setzt verjüngende Alpha-Wellen frei. Deshalb haben wir ein Anti-Aging-Produkt entwickelt, das beim Kauen den Takt von Alpha-Wellen simuliert und so natürlich jung macht.

A 3

The advertisement is a rectangular panel mounted on a train platform. It features a stylized illustration of a man in a grey t-shirt and pants hula-hooping with a red hoop. He is wearing a futuristic, metallic-looking helmet with a visor. The background is a futuristic laboratory with various scientific equipment, including a microscope, a computer monitor, and a person in a white lab coat. The text is in German and includes the brand name 'LABORATOIRE sugus', a slogan 'Führend in der Anti-Aging-Forschung', and a short paragraph about the product's benefits. At the bottom right, there is a small image of a Sugus candy wrapper and the slogan 'Bleib ewig jung.'.

**LABORATOIRE
sugus**

Führend in der Anti-Aging-Forschung

Revolutionäre Tests
beweisen: Hula-Hopp
setzt verjüngende
Alpha-Wellen frei.
Deshalb haben wir
ein Anti-Aging-Produkt entwickelt, das beim
Kauen den Takt von Alpha-Wellen simuliert
und so natürlich jung
macht.

Bleib ewig jung.

So erreichen wir unser erstes Ziel: ins Gespräch kommen und den Schweizer Bonbonmarkt aufmischen.

Damit sind wir bereit, um die zweite Phase unserer Kampagne zu lancieren.

Die zweite Phase

Fans sind der Schlüssel
zum Erfolg. (Peter Felser)

Darum ist unser nächstes
Ziel, eine Community auf-
zubauen.

Wir involvieren die Leute
und machen sie zu Sugus-
Testpersonen.

Zum Beispiel mit Radio-
Spots.

Der Radio-Spot «1, 2 oder 3»

Der Radio-Spot «Speedy»

Der Selbsttest zeigt einem,
wie jung man geblieben ist.
Diesen Gedanken setzen wir
nun multimedial um.

Drehscheibe ist das Internet.
Wir schalten Kleinanzeigen,
um Leute aufs Netz zu
bringen: Echtes Hard-Selling.

Julius Bär wird der Primus im Private-Banking-Sektor

ZÜRICH – Die Bank Julius Bär wird doch nicht übernommen. Im Gegenteil: Sie kauft bei der UBS gleich selber dick ein. Die Folge: 350 Stellen sollen abgebaut werden.

Die Bank Julius Bär stand lange im Mittelpunkt von Fusionen. Nun tritt die Bank als Käuferin auf – und deckt sich gleich bei der UBS mit Geldmitteln ab. Die drei Privatbanken Züri, Ferrier Lullin, Banco di Lugano sowie die GAM Holding AG. Der grösste Schweizer Bank muss das Traditionsbankhaus dafür 5,6 Milliarden Franken bieten. Die UBS erhält 3,8 Milliarden Franken in bar und eine Beteiligung von rund 21,5 Prozent an der neuen Bär-Bank. Die Übernahme soll Ende Jahr abgeschlossen sein.

Bis 2008 verspricht sich Julius Bär Kostenreduzierungen von jährlich 100 Millionen Franken. Sparen will die Bär-Bank vor allem beim Perso-

nal: 350 Stellen sollen abgebaut werden. Dafür steigen die betreuten Kundenvermögen um 19 Milliarden auf 270 Milliarden Franken. Durch die Akquisition werde

Julius Bär zum grössten Vermögensverwalter der Schweiz, sagte Verwaltungsratspräsident Raymond J. Bär gestern. Die Bär-Aktien verlieren bis Börsenschluss

3,75 Prozent auf 87,25 Franken. Investoren hatten damit gerechnet, dass Bär übernommen werde und nicht selber kaufe. Hiess es bei der Bank Vontobel. (jw)



Verwaltungsratspräsident Raymond Bär (li) und Johannes de Gier (re) freuen sich über die Akquisition.

Banca Gottardo: Alles beim Alten

LUGANO – Die Banca del Gottardo ist im ersten Halbjahr 2005 kaum von Fleck gekommen. Der Nettogewinn der Swiss-Life-Tochter verlor bei 44,2 Millionen Franken. Wegen des gestiegenen Margendruckes sanken die Nettosummen um 1% auf rund 237 Millionen Franken. Der Geschäftsaufwand stieg um 2,5 % auf 155,6 Millionen Franken. Während Kommissions- und Zinsgeschäft abnahmen, wuchs das Handelsgeschäft um 11,6%.

Rewe/Denner: 340 Stellen in Gefahr?

ZÜRICH – Denner und Rewe haben gestern den Verkauf der insgesamt 140 Frick-Pay-Filialen sowie des Logistik-Centers Egerkingen bestätigt. Neu ist, dass laut der Gewerkschaft Syna dabei bis zu 340 Stellen abgebaut werden könnten. Syna fordert nun einen Kündigungsstopp oder einen fairen Sozialplan im Falle von Entlassungen. Rewe teilte zudem mit, den 75 Franchise-Nehmern, die unter den Brands Pick Fresh und Partner von Pick Fresh zusammengefasst sind, eine Zusammenarbeit mit La Valaisanne Holding anzubieten.

Microsoft-Chef flüchtet voll aus

SAN FRANCISCO – Microsoft-Chef Steve Ballmer soll einen Stuhl durch den Raum geschleudert und gefeuert haben, als er wurde Google küssen. Dies geht aus den Gerichtssagen von Mark Lucovsky hervor. Der ehemalige Microsoft-Mitarbeiter konnte den Zorn seines Chefs erleben, als er seinen Stellerschrei bei Google bekannt gab, berichtet der «Spiegel». Microsoft und Google liefern sich derzeit einen harten juristischen Kampf um Personal.

FONDS DER WOCHE

«Bau dir deinen eigenen Fonds»

Die Heimwerkermärkte boomten. Selber machen heisst die Devise – und was beim Haus möglich ist, könnte doch auch bei Fonds klappen. Während man jedoch üblicherweise mit Hammer und Säge gut umgehen kann, liegen die Werkzeuge beim Fonds-Bau nicht so einfach in der Hand. In der linken der Ertragsstrahler: Mit dessen Hilfe wird ab-



Marie Anagnostou, CEO Investment Solutions

Börsennotizen:
Täglich aktuell – ein Service von trade-net.ch

Table with 2 columns: Index, Wert, %

Table with 2 columns: Index, Wert, %

Table with 2 columns: Index, Wert, %

trade-net.ch
Realtime Kurse
SMS-Kursalarmierung
Günstige Courtagen

Swiss Life: Swiss Vo Ausland immer

ZÜRICH – Gesichert in die Zukunft: Swiss Life hat im ersten Halbjahr 2005 den Reingewinn um satte 30 Prozent gesteigert. Swiss Life schaut auf ein solides erstes Halbjahr zurück: Mit einer markanten Steigerung des Reingewinns um rund 30 Prozent auf 463 Milli-

onen Franken hat die grösste Schweizer Lebensversicherungsgesellschaft die Markterwartungen klar übertroffen. Im Ausland habe man die Wachstumschancen gepackt und in der Schweiz sei die Profitabilität gesteigert worden, freute sich Konzernchef Rolf Dring. Das Resultat wurde allerdings durch einen Steu-

Banco: Alles LUGANO schaffsbarm 2,5 % aus Franken missions-fit abnehmen delogisch



Bei Tally Weijl rammt der Hase
ZOPFINGEN – «Totally neue Gesicht des Models. Die Love-Bunnies clet eine neue Plakatreihe, die ihre anziehende Wirkung nicht verfehlen dürfte. Das

Catering-Firma DSR will in die Deutschschweiz

MORGES – Das Weichschmier Catering-Unternehmen DSR will bis 2007 ins Restaurant-Geschäft einsteigen. Laut dem neuen Konzernchef Andrew Gordon kommen dabei drei Optionen in Frage: eine bestehende Kette zu übernehmen, eine eigene Marke aufzubauen oder Franchise-Nehmer

einer Kette in werden. DSR werde wohl auf Snacks setzen, die am Abend und an Wochenenden geschlossen seien. Die Nummer drei auf dem Schweizer Catering-Markt will zudem in der Deutschschweiz expandieren. Dort betreibt die Firma derzeit lediglich 20 Kantinen.

LTU erwartet eine saftige Finanzspritze
DÜSSELDORF – Die defizitäre Ferienflug-Gesellschaft LTU erwartet in den nächsten Wochen eine milliardenstärkige Finanzspritze. Laut Angaben des «Handelsblatts» erhält der deutsche Ferienflieger 200 Millionen Euro. Als mögliche Geldgeber nannte die Zeitung die Deutsche Bank und den Grossaktionär Rewe. Wegen der hohen Kerosinspritzpreise kündigte die LTU zudem neue Sparmassnahmen an. Ein Personalabbau sei indes nicht vorgesehen, hiess es.

LABORATOIRE sugus
Führend in der Anti-Aging-Forschung.

TEST-PERSONEN GESUCHT

Fliegen Sie auf die Insel mit dem geheimen Labor.
www.laboratoire-sugus.com

Bleib ewig jung.

Im Internet kann ich mich nicht nur testen, sondern mich auch verjüngen.

Und das ist ein Wettbewerb: Die Gewinner im Verjüngungs-Test, fliegen zum Strand-Urlaub auf die Insel mit dem geheimen Labor.

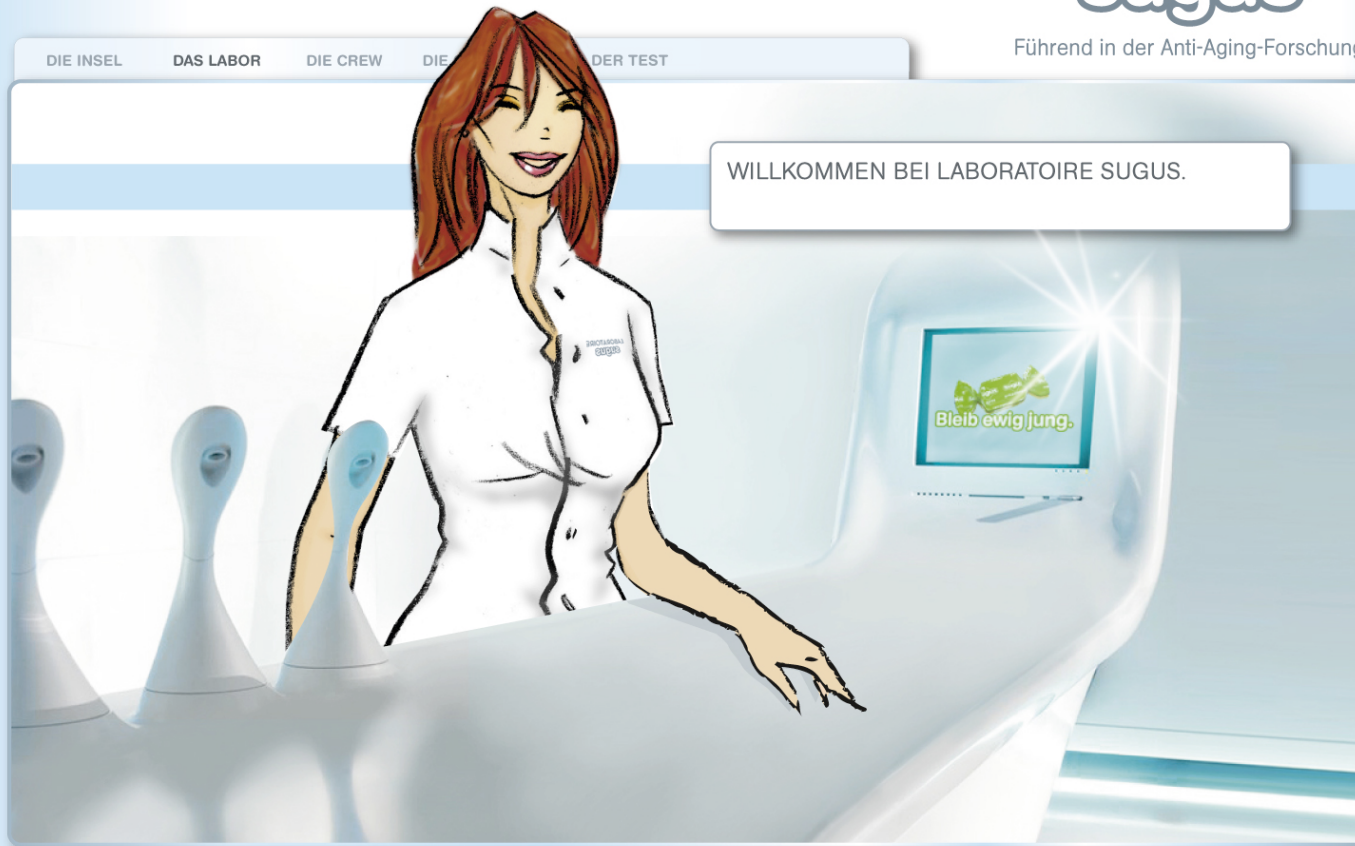
Aber alles der Reihe nach:
Im Internet komme ich
erst mal an die virtuelle
Rezeption.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE... DER TEST

WILLKOMMEN BEI LABORATOIRE SUGUS.



DFI

Nun kann ich mich anmelden. Ich fülle meine ID-Karte aus und kann ein Foto von mir hochladen.

Ein Regler zeigt mein aktuelles Alter an. Ich bekomme einen Code-Namen und bin Teil der Community.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE ... DER TEST

MELDE DICH AN. WENN DU DICH OPTIMAL VERJÜNGST,
FLIEGST DU AUF DIE TRAUMINSEL.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

AKTUELLES ALTER



ID-KARTE

NAME

EINTRITTSALTER

E-MAIL

CODE-NAME CX-5



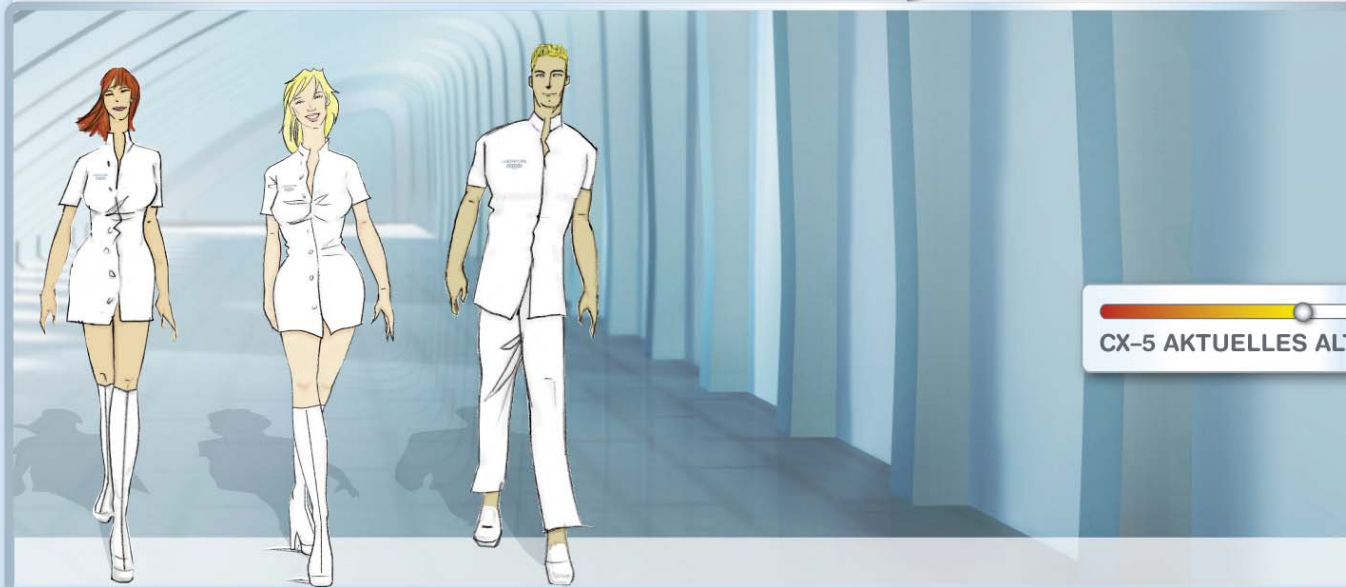
EINTRETEN

Ich komme ins Labor und
wähle zuerst einen Personal
Trainer aus.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE COMMUNITY DER TEST



CX-5 AKTUELLES ALTER

JULIE

CINDY

NILS

WÄHLE DEINEN PERSONAL-TRAINER

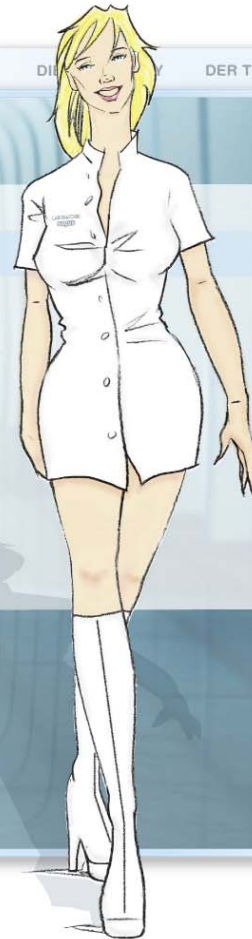
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, Dolor sit amet, tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat wisi enim ad mienia.

Wir wählen Cindy. Sie hilft mir, im Verjüngungs-Test immer besser zu werden.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DI... DER TEST



WAS WILLST DU UNTERNEHMEN?

KOMM MIT MIR AUF DIE INSEL-TOUR.

ICH ZEIGE DIR DAS LABOR.

ICH STELL DICH DEN ANDEREN TESTPERSONEN VOR.

HAST DU DEINE SUGUS SCHON EINGENOMMEN?

KOMM WIR GEHEN TRAINIEREN.


CX-5 AKTUELLES ALTER

ZUM VERJÜNGUNGS-TEST

Ich kann mit ihr Fragen
trainieren. Und ich muss
natürlich Sugus essen.

Dazu gibt es einen MMS-
Erinnerungsdienst: Mein
Personal Trainer meldet sich,
damit ich genügend Sugus
einnehme.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE COMMUNITY DER TEST



CX-5 AKTUELLES ALTER

ICH ERINNERE DICH AN SUGUS.

CODE-NAME CX-5

HANDY-NUMMER

ANMELDEN



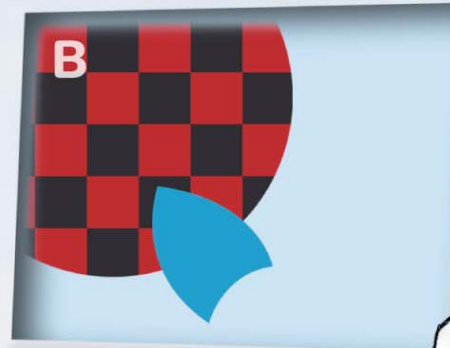
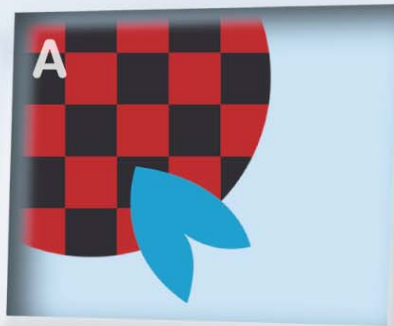
Testfragen kann ich natürlich auch mit anderen Testpersonen besprechen. Wir sind ja eine Community.

Aber lange genug geredet: Kommen wir zum Test. Hier sind einige Beispiel-Fragen. Viel Spass.

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE COMMUNITY DER TEST



IST GLOBI A ODER B?




CX-5 AKTUELLES ALTER

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE COMMUNITY DER TEST



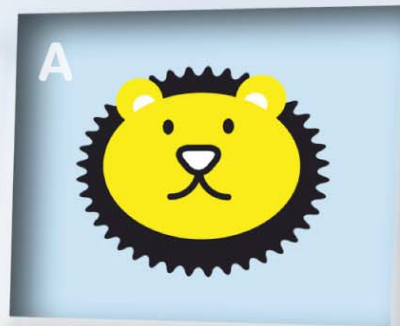
IST PLAYMOBIL A ODER B?


CX-5 AKTUELLES ALTER

LABORATOIRE sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

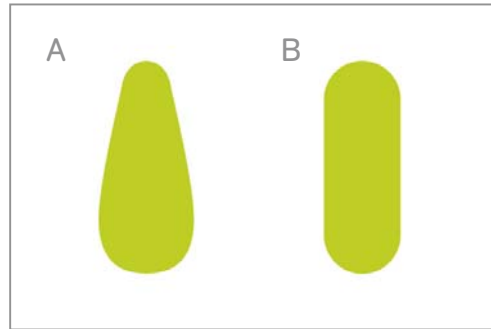
DIE INSEL DAS LABOR DIE CREW DIE COMMUNITY DER TEST



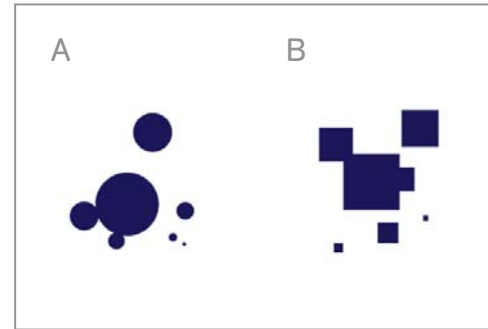
IST DIE ENTE A ODER B?



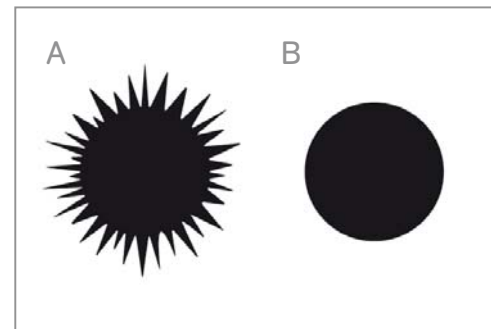

CX-5 AKTUELLES ALTER



Fürchtet sich Rom vor A oder B?



Macht ein Pelikan A oder B?

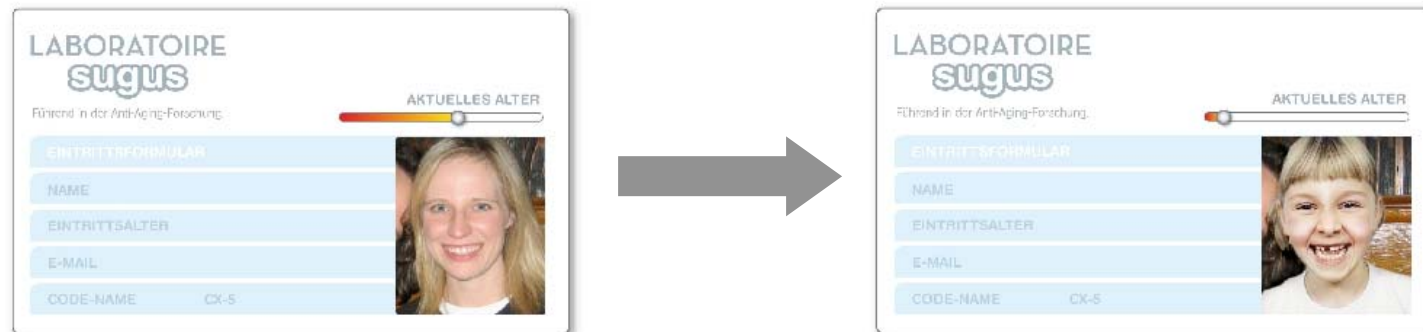


Ist Barbabo A oder B?



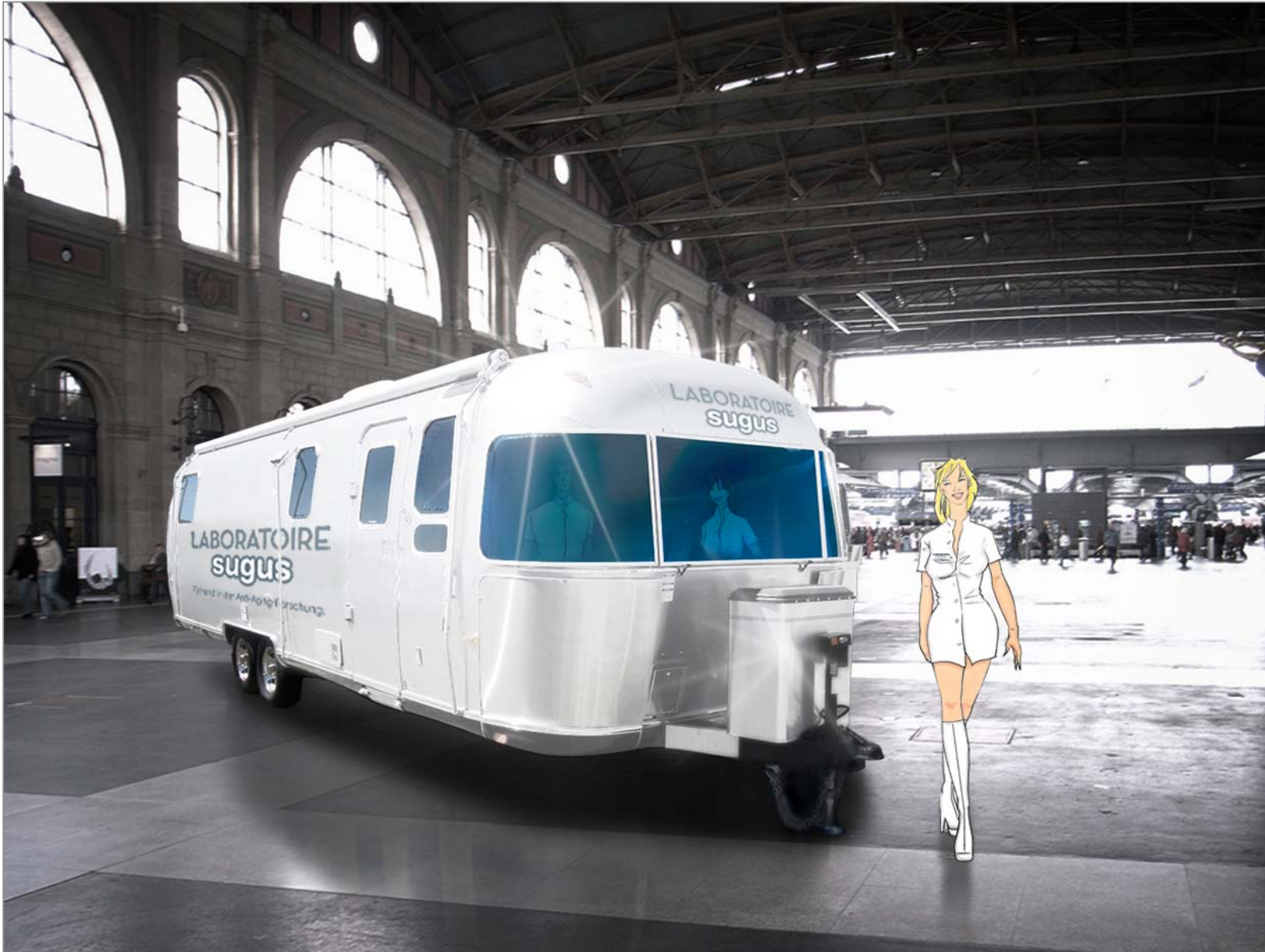
Ist Wickie A oder B?

Das Foto auf meiner ID-Karte verjüngt sich dann meinen Testergebnissen entsprechend.



Mit Events bringen wir
weitere Leute aufs Internet.

Wir lancieren das mobile
Laboratoire Sugus.



Und wir stellen unsere
Testinstrumente auf.



Beim Event rutsche ich erstmal die verkabelte Rutschbahn runter.

Schaffe ich das, kann ich mich im Wohnwagen anmelden. Als Testperson kann ich dann an eine Compistation und direkt am Verjüngungswettbewerb teilnehmen.

Einloggen kann ich mich
später natürlich auch von zu
Hause aus.

Ich gehöre zur Community
und kann dauernd versuchen,
jünger zu werden.

Und den Gedanken, dass ich tatsächlich auf die Insel fliegen kann, unterfüttern wir mit viralen Labor-Spots.

Wir sehen auf YouTube etwa zwei Jungs, die es auf die Insel geschafft haben und das Kinderstimmen-Serum des Labors ausprobieren.

YouTube - The Grand Canyon Skywalk

http://www.youtube.com/watch?v=BvzIZuWrjNw

Newstick (991) Wissenstick (1564) News Wissen TV (25) Pics/Fonts Service Web Schreiben AYR threec.cc (14) Shops

You Tube
Broadcast Yourself™

[Sign Up](#) | [My Account](#) | [History](#) | [QuickList \(0\)](#) | [Help](#) | [Log In](#)

Videos Categories Channels Community [Upload Videos](#)

Quicklists

... make it easy to collect the videos you want to see, then sit back and enjoy!
[About Quicklists](#)

Inside Laboratoire Sugus



Das Kinderstimmen-Serum

Added March 21, 2007 [SUBSCRIBE](#)
From [Staseman](#) to Staseman
Only two and half hr. drive from Las ... [\(more\)](#)
Category [Travel & Places](#)
Tags [Grand Canyon](#) [Skywalk](#) [Glass](#) [\(more\)](#)
URL <http://www.youtube.com/watch?v=BvzIZuWrjNw>
Embed `<object width="425" height="350"><param r`

This is part of [knightonline\(ENGLISH ONLY!\)](#) with 3 users.

Related [More from this user](#) | [Playlists](#)

Showing 1-20 of about 1,960 [See All Videos](#)

[Grand Canyon Sky Bridge - Great Idea!-Super!](#)
00:28
From: [onebush333](#)
Views: 1773

[The Queue: All aboard!](#)
03:01

Director Videos

[Addicted to YouTube](#)
02:43
From: [GiR2007](#)

[Swing Dancing](#)
00:18
From: [craigmcf](#)

[Happy Tree Friends - Flippin'](#)

Mit all diesen Massnahmen
sprechen wir ein kleines,
aber interessiertes Publikum
an: unsere Fans.

Sie sind wichtig, weil sie für
uns Peer-to-Peer-Werbung
machen.

Wir haben ein weiteres
Ziel erreicht: Das Labor ist
bekannt und hat Fans.

Damit sind wir bereit für
die dritten Phase.

Die dritte Phase

Menschen mögen in der Regel etwas Frisches, Interessantes, Provozierendes oder völlig Unerwartetes.
(Erik Vervroegen)

Logo. Darum versuchen wir über Jahre hinweg, ein breites Publikum immer wieder zu überraschen.

Wir dramatisieren die Anti-Aging-Wirkung von Sugus.

Das tun wir bewusst mit kleinen und entsprechend einfachen Werbemitteln. Dafür sind wir omnipräsent.

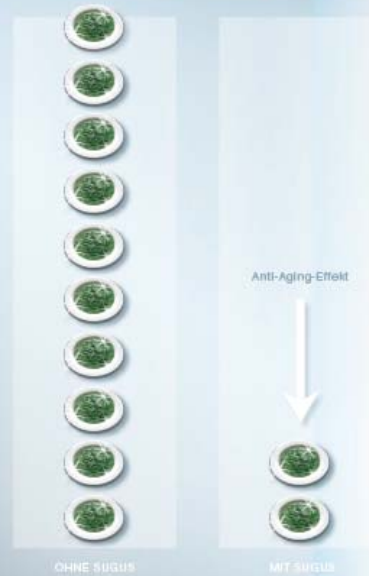
Und weil wir Laboratoire
Sugus etabliert haben,
müssen wir es nicht mehr
zeigen.

Es tritt ganz normal als
Absender auf, genau so wie
andere Beauty-Labors.

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

STUDIEN VON LABORATOIRE SUGUS BEWEISEN:
NACH DREI TAGEN WOLLTEN **83%** DER TEST-
PERSONEN KEINEN SPINAT MEHR ESSEN.



Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie die Projuvenil-Fruchtsirup-Formel mit ihrem einzigartigen Verjüngungseffekt. *Spinat-Test mit 178 Testpersonen.


Bleib ewig jung.

Das Inserat «Spinat»

*Studien von Laboratoire Sugus beweisen:
Nach drei Tagen wollten 83% der Testpersonen keinen
Spinat mehr essen.*

Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie die Projuvenil-Fruchtsirup-Formel mit ihrem einzigartigen Verjüngungseffekt.

*Spinat-Test mit 178 Testpersonen.

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

STUDIEN VON LABORATOIRE SUGUS BEWEISEN:
NACH EINEM TAG GLAUBTEN **97%** DER TEST-
PERSONEN AN DEN OSTERHASEN.



Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie das patentierte Multi-Farben-System mit seinem einzigartigen Verjüngungseffekt. *Osterhasen-Test mit 147 Testpersonen.



Das Inserat «Osterhase»

*Studien von Laboratoire Sugus beweisen:
Nach einem Tag glaubten 97% der Testpersonen an den
Osterhasen.*

Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie das patentierte Multi-Farben-System mit seinem einzigartigen Verjüngungseffekt.

*Osterhasen-Test mit 147 Testpersonen.

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

STUDIEN VON LABORATOIRE SUGUS BEWEISEN:
NACH ZWEI TAGEN WOLLTEN 91% DER
GETESTETEN MÄNNER PILOT WERDEN.



Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie die bioessenzielle Kauphysik mit ihrem einzigartigen Verjüngungseffekt. *Flugzeug-Test mit 134 Männern.


Bleib ewig jung.

Das Inserat «Pilot»

*Studien von Laboratoire Sugus beweisen:
Nach zwei Tagen wollten 91% der getesteten Männer
Pilot werden.*

Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie die bioessenzielle Kauphysik mit ihrem einzigartigen Verjüngungseffekt.

*Flugzeug-Test mit 134 Männern.

HOCH-GEFÜHL



Das neue Sugus High Feeling ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist. Das neue Sugus High Feeling ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist.



SO LÄUFT DAS!

Die neuen Sugus Sneakers sind ein perfektes Beispiel für die Verbindung von Stil und Komfort. Sie sind aus hochwertigen Materialien gefertigt und bieten Ihnen einen angenehmen Laufkomfort. Die neuen Sugus Sneakers sind ein perfektes Beispiel für die Verbindung von Stil und Komfort.

WAS WIR TRAGEN



ANNSCHREIBEN

Das neue Sugus Annschreiben ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist.



KOPFSACHE

Das neue Sugus Kopfsache ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist.



NUR MIT GUMMI!

Das neue Sugus Nur mit Gummi ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist.



ZURÜCK ZUR UNI

Das neue Sugus Zurück zur Uni ist ein Eau de Toilette für Herren, das mit einer einzigartigen Duftkomposition aus hochwertigen Duftstoffen wie Jasmin, Ylang-Ylang und Sandalholz verfeinert ist.

LABORATOIRE sugus
Führend in der Anti-Aging-Forschung

STUDIEN VON LABORATOIRE SUGUS BEWEISEN:
NACH ZWEI TAGEN WOLLTEN 91% DER GETESTETEN MÄNNER PILOT WERDEN.



Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt wird nach anerkannten Standards* getestet. Seine verjüngende Wirkung ist unübersehbar. Entdecken auch Sie die bioessenzielle Kauphylla als brand einzigartiges Verjüngungsakt. *Hergestellt mit 100% Männern.



Wir treten auch im
Below-Bereich auf.



LABORATOIRE
ESTIGES
Führend in der Anti-Aging-Forschung.

**SCHON
MÖGLICH,
DASS SIE
NICHT
MEHR
IN JEDEN
FILM
REIN-
KOMMEN.**



Bleib ewig jung.

Riffraff 1
21.03.2007
Reihe 7
14:00 h
Platz 7
CHF 0.00

Azul oscuro casi

in Paris



Online-Kasse:
www.riffraff.ch

Tel.-Reservation:
044 / 444 22 00

**SCHON MÖGLICH,
DASS SIE AUCH MAL
DIE KINDERKARTE
BEKOMMEN.**



LABORATOIRE
sugus

Führer in der Süßigkeit-Forschung



Bleib ewig jung.



LABOR

Füh

SC

D

E

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

**SCHON MÖGLICH,
DASS SIE MAL KEIN
BIER BEKOMMEN.**



Bleib ewig jung.

Wir sind am POS präsent.



Und in jeder Sugus-Packung.



LABORATOIRE
SUGUS
Führend in der Anti-Aging-Forschung

**VERGESSEN
SIE NICHT,
BEIM
AUSGEHEN
IHRE ID EIN-
ZUPACKEN.**

Wir gehen auch auf
die Strasse.



LABORATOIRE
sugus
Flavored & Gel Anti-Aging Products

**DAS IST
EIN DINO-
FUSS-
ABDRUCK.**

Wenn sie unser Anti-Aging-
Produkt konsumieren.


Bleib ewig jung.





LABORATOIRE
SUGUS

DAS IST
EIN
RIESEN-
LOLLY.

Wenn sie unser Anti-Aging
Produkt konsumieren.



Echtzeitwig jung.

MIGROL

Natürlich dürfen auch die beauty-typischen Sampling-Aktionen nicht fehlen.

Wir geben ein ultraflaches Sugus als Testmuster ab. In Inseraten und in Beauty-Abteilungen von Warenhäusern.

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

LABORATOIRE SUGUS PRÄSENTIERT:
TESTEN SIE UNSER REVOLUTIONÄRES
ANTI-AGING-PRODUKT.



Unser Anti-Aging-Produkt macht Sie sofort jünger.* Denn es enthält reaktivierenden Fruchtsirup von Orangen (*Citrus sinensis*), Ananas (*Ananas comosus*), Zitronen (*Citrus limon*) oder Erdbeeren (*Fragaria moschata*). Eine verjüngende Zusammensetzung, die sich an den biologischen Bedürfnissen Ihres Körpers orientiert. *Sofortwirkungs-Test mit 115 Personen.


Bleib ewig jung.

Das Inserat «Testmuster»

*Laboratoire Sugus präsentiert:
Testen Sie unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt.*

Unser Anti-Aging-Produkt macht Sie sofort jünger.*
Denn es enthält reaktivierenden Fruchtsirup von
Orangen (citrus sinensier), Ananas (ananas comosus),
Zitronen (citrus limon) oder Erdbeeren (fragaria
maschata). Eine verjüngende Zusammensetzung, die
sich an den biologischen Bedürfnissen Ihres Körpers
orientiert.

*Sofortwirkungs-Test mit 115 Testpersonen.

Live your passion



Persuasion Carree
Heart Beat Date
 FC-319BS4C26, Automatik,
 Incabloc Stossicherung,
 Glucydur-Unruh, Nivarox Feder,
 Genferstreifen Dekoration, 25 Rubine,
 28.800 S/Std. Numeriert, Wasserdicht
 bis 3 ATM. Saphir-Bodenglas. Auf
 Wunsch mit Fallschliesse.
 Preis: 875 Euro.



FREDERIQUE CONSTANT
 GENEVE

Tel: (+49) 07231-589 89 33
 www.frederique-constant.com

GQ

Publikum: WOLFGANG WINTER

ANZEIGEN

Advertising Director: TOBIAS VAN DÜYNNEN
 Senior Advertising Manager: CHRISTINA LINDNER, CHRISTINE MALECKI

VERKAUFSREGIONEN

Bayern: TOBIAS VAN DÜYNNEN (EKOMM),
 BM VERLAG,
 TELEFON: 089 36104110, FAX: 089 36104222

Baden-Württemberg: MARKUS JÄGER-ROTH,
 MARKUS & CHRISTOPH STRASSE 34,
 7030 BADEN-BADEN,
 TELEFON: 0721 23977, FAX: 0721 23104

Hessen/Rheinland-Pfalz: DAGMAR BACKES,
 GROHE ROCKENHEIMER STRASSE 44,
 60313 FRANKFURT,
 TELEFON: 069 292118, FAX: 069 294150

Nordrhein-Westfalen: MIKE BÖCKER,
 BERLINER ALLEE 47, 40212 DÜSSELDORF,
 TELEFON: 0211 328022, FAX: 0211 131287

Norddeutschland/Berlin: MARKUS FEDER,
 GROHE BUCHEN 12, 20154 HAMBURG,
 TELEFON: 040 341672, FAX: 040 342379

Frankreich/Schweiz: NINA SCHALLS,
 91, BO. DE PORT-ROYAL, F-75013 PARIS,
 TELEFON: 0033 1 43363384, FAX: 0033 1 43367441

Schweiz: CHRISTIAN KELLER,
 TESSSTRASSE 29, 7201 AICHTAL,
 TELEFON: 0041 41 211790,
 FAX: 0041 41 210790

Italien: ELISABETTA PAOLA,
 PIAZZA PRINCIPERA CLOTILDE 8, I-20121 MILANO,
 TELEFON: 0039 02 657500 UNO 655536,
 FAX: 0039 02 409636

Promotions: RENATE FRIEDRICH

ANZEIGENSERVICE

Director: KATHARINA SCHUMM
 Advertising Service Manager: KATJEN LABONCZOK
 Advertising Service: SILEE HUSCH, ANGELA BAEER

Verantwortlich für Anzeigen: TOBIAS VAN DÜYNNEN

MARKETING

Marketing Director: ANDREA BECKMANN

VERTIKAL

Director: BRAND BOLLENDORF
 Leitung Einzelverkauf: INGELIS DITLEN
 Objektbetreuung: KATJEN ELKER

Leitung Abrechnung: MARTINA HOPMANN
 Objektbetreuung: ARIANE KRENNING

HERSTELLUNG

Leitung: WOLFGANG GÖNLENG
 Studio: THOMAS VENN
 Mitarbeiter: MICHAEL GREIS, JOACHIM KENZ, TRIS VOGEL

GESCHÄFTSFÜHRUNG

REND HUNGE, JÜRGEN KNOE, RAINER FREHSEL
 JONATHAN NEWHOUSE (Chairman Condit Nast International)

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

LABORATOIRE SUGUS PRÄSENTIERT:
 TESTEN SIE UNSER REVOLUTIONÄRES
 ANTI-AGING-PRODUKT.



Unser Anti-Aging-Produkt macht Sie sofort jünger.* Denn es enthält reaktivierenden
 Fruchtsirup von Orangen (citrus sinensis), Ananas (ananas comosus), Zitronen (citrus limon)
 oder Erdbeeren (fragaria moschata). Eine verjüngende Zusammensetzung, die sich an den
 biologischen Bedürfnissen Ihres Körpers orientiert. *Sofortwirkungstest mit 116 Personen.

Bleib ewig jung.



NIVEA



Und wir können auch mal
Spezial-Inserate schalten.

LABORATOIRE
sugus

Führend in der Anti-Aging-Forschung.

DIE LÖSUNG VON LABORATOIRE SUGUS:
FALLS SIE AUCH MAL SO ALT AUSSEHEN
WOLLEN, WIE SIE TATSÄCHLICH SIND.



Unser revolutionäres Anti-Aging-Produkt macht Sie spürbar jünger. Ein Prozess, der auf Ihr soziales Umfeld irritierend wirken kann. Deshalb hat Laboratoire Sugus eine Lösung für die Übergangszeit entwickelt: Den Anklebeschnauz. Einfach hier entnehmen und bei Bedarf aufsetzen.


Bleib ewig jung.

Das Inserat «Schnauz»

*Die Lösung von Laboratoire Sugus:
Falls Sie auch mal so alt aussehen wollen, wie Sie
tatsächlich sind.*

Unser Anti-Aging-Produkt macht Sie spürbar jünger. Ein Prozess, der auf Ihr soziales Umfeld irritierend wirken kann. Deshalb hat Laboratoire Sugus eine Lösung für die Übergangszeit entwickelt: den Anklebeschnauz. Einfach hier entnehmen und bei Bedarf aufsetzen.

Oder wir sind bei Events wie Gummi-Twist-Turnieren oder öffentlichen Kissen-schlachten dabei.

So. Das waren doch schon mal ganz schön viele Beispiele. Wir kommen langsam zum Schluss.

Das Fazit

Wir haben gezeigt, dass
Laboratoire Sugus das
Potential für verschiedenste
Dramatisierungen hat.

Wir können die Anti-Aging-
Tests zeigen. Wir können
unser eigenes Aging aus-
testen. Oder die Anti-Aging-
Wirkung selbst dramatisieren.

Aber Laboratoire Sugus
stimuliert, nicht bloss die
Kreativität: Das Konzept ist
auch strategisch interessant.

Mit Anti-Aging docken wir an
einen grossen Gesellschafts-
Diskurs an. Vielleicht sogar
den grössten aller Mensch-
heitsträume.

So differenzieren wir
uns von unserer gesamten
Konkurrenz.

Laboratoire Sugus ist das Konzept von
Emi Lehmann-Iwasaki, Rahel Boesinger
und Andi Portmann.