

Leo Burnett en P&G laten Bonux wasmiddel schitteren als slimme keuze

Nieuwe televisiecampagne hekelt clichés wasmiddelreclame
en presenteert *low-cost* als rationele aankoop

Leo Burnett Brussels creëerde een nieuwe televisiecampagne voor Bonux, het low-cost-wasmiddel van Procter & Gamble. In 6 films gerealiseerd door de Nederlandse videokunstenaars Lernert & Sander sneuvelen de bekendste clichés uit de wasmiddelreclame. Zo argumenteert Bonux bijvoorbeeld dat wuivende palmbomen en moeilijke wetenschappelijke woorden een wasmiddel *niét* beter maken. En wat het product niet beter maakt, is overbodig voor de consument. Nu is er eindelijk een instapmerk dat zijn positie als een sterkte uitspeelt en zegt wat consumenten al lang denken over wasmiddelreclame. On air sinds 15 augustus.

Bonux is proper, fris en betaalbaar. Daarmee is meteen ook alles gezegd waaraan een goedkoop maar kwalitatief wasmiddel moet voldoen. Een Bonux-campagne doet het daarom resoluut zonder dure, jonge modellen of betrouwbare wetenschappers met grijzende slapen. Alleen het wasmiddel zelf en zijn eigenschappen staan centraal. Dat is voldoende voor Leo Burnett om er een campagne mee te maken die Bonux promoveert tot de slimste keuze in de categorie. Wie als prijsbewuste consument een slimme, rationele keuze maakt inzake wasproducten verdient aandacht en respect in plaats van een schuldgevoel. En dat is precies wat de campagne realiseert.

Het team van Leo Burnett Brussels werkte samen met productiehuis Monodot waar de Nederlandse videokunstenaars Lernert & Sander onder dak zijn. Zij creëerden met hun persoonlijke visuele stijl een unieke grafische Bonux-wereld. Ook de voice-overs zijn opmerkelijk (NL, FR, EN). Met een atypisch timbre en bovenal van acteurs die je normaal gezien nooit hoort in reclame. Daardoor staat de campagne niet alleen inhoudelijk maar ook vormelijk mijlenver af van traditionele wasmiddelreclame. Of reclame tout court. Creative Directors Tom Loockx en Jorrit Hermans: 'Fantastisch toch dat het marketingteam van P&G de frisheid en de openheid heeft om volledig de kant van de consument te kiezen en een campagne te maken die niet alleen nieuw en anders is, maar vooral ook relevant voor mensen met een beperkt budget op zoek naar de beste prijs-kwaliteit.' Nu in het dichtstbijzijnde reclameblok.



Creative Directors Leo Burnett Brussels:

Jorrit Hermans: +32 (0) 473 99 31 91 of jorrit.hermans@leoburnett.be

Tom Loockx: +32 (0) 473 96 90 96 of tom.loockx@leoburnett.be



[@JorritHermans](#), [@TomLoockx](#)