

Utfordring og innsikt:

Hvordan få bransjefolk til å huske på mediet DM? Reklamefolk elsker å konkurrere. Eller retttere sagt, å vinne. Så hvorfor ikke spille på bransjens grunnleggende behov for å konkurrere, på en måte ingen har konkurrert på før?

Ideen:

Vi produserte og lanserte Norges (og kanskje verdens) første reklamerealityserie. Fire lag ble invitert til Det Store DM-Mesterskapet - en realitykonkurransen der deltakerne kjempet seg gjennom dm-relaterte oppgaver, mens de var seg selv 110%. Over flere episoder ble vi kjent med deltakere fra både medie verden, reklamebransjen og skolebenken. Helt til ett lag stod igjen som offisielle mestere i DM. I hver episode fikk seerne servert fakta om dm, og se deltakerne konkurrere i dm-relaterte oppgaver.

