

Schau mir in die Wohnung, Kleines.



Sogar ein Balkon durfte nicht fehlen



Die beiden Künstler in ihrem Element

Trautes Heim, Glück allein. Oder auch nicht. Markus und René jedenfalls wurden von unzähligen Neugierigen zwei Wochen lang beim ganz normalen Alltagsleben beobachtet. Genauer gesagt, bei dem was zum Alltag wird, wenn zwei Comedians in einer als Wohnzimmer eingerichteten, überdimensionalen und noch dazu fahrbaren Zigarettschachtel durch die Landen touren.

Einblick gewährte ein großes rundes Sichtfenster in einer quer liegenden Lucky Strike Packung, die samt Balkon auf einen 7,5-Tonner montiert worden war. Parallel zu einer groß angelegten Plakataktion warb Lucky Strike damit für die Lucky Strike Special Edition „Window Pack“, bei der durch ein Fenster in der Schachtel der Inhalt zu sehen ist.

Unter der Leitidee „open Up“ realisierte MOVE IT MEDIA im Auftrag von Grey (Kreativagentur), MediaCom (Mediagentur) und

Magic Poster (Agentur für Außenwerbung) die „Watch me live“ Szene-Roadshow.

Im Inneren der Schachtel agierten in immer wechselnden Rollen die beiden Comedians für und mit dem Publikum. Wer wollte, konnte die Beiden in ihrer „Trendsetterbude“ besuchen und so Teil einer ebenso spektakulären wie ungewöhnlichen Kommunikationsidee werden.

Der „Watch me live-Truck“ tourte in Hamburg, Berlin, Köln, München, Dresden und machte Halt vor ausgesuchten Szenelocations. Bei jedem Stopp zogen er und seine Bewohner die Passanten augenblicklich in ihren Bann. Und selbst wer die beiden Comedians nicht in ihrer rollenden Zigarettschachtel besuchte, konnte sich dem Spektakel nicht entziehen.



„Watch me live“- Truck vor Szenelocation in München



Party war angesagt...



Als Erinnerung gab es viele Schnappschüsse

Thema: Szene-Roadshow und Streetpainting

Alles eine Frage der Perspektive.



Das Kunstwerk entsteht vor den Augen der Passanten



Der Andrang beim Shooting ist groß



Bitte lächeln! Gleich kommt das Foto...

Lucky Strike und die Kunst - geht das zusammen? Es geht - und wie. Denn natürlich lässt die Kultmarke sich etwas Besonderes einfallen, um sich selbst im Rahmen einer künstlerischen Gestaltung zu inszenieren. So entstanden an zahlreichen Hauptbahnhöfen in Deutschland spektakuläre dreidimensionale Kunstwerke rund um das Lucky Strike Window Pack- die Schachtel mit dem Fenster.

Das Kunstwerk an sich war schon ungewöhnlich: In einer riesigen Lucky Strike Schachtel schwamm ein Hai im Wasser. Wer wollte, konnte sich beim Angeln fotografieren lassen und das Bild anschließend mit nach Hause nehmen. Der Clou: Nichts war real, alles war eine Frage der Perspektive. Denn das Foto erzeugte lediglich die verblüffende Illusion eines dreidimensionalen Kunstwerkes.

Möglich wurde dies durch das Können der engagierten 3D-Künstler, die mit perspektivischen Kreidezeichnungen verblüffende Effekte zaubern: Betrachtet man ihre zweidimensionalen Gemälde aus einem bestimmten Blickwinkel, entsteht der Eindruck eines dreidimensionalen Kunstwerkes. Von den Promotionteams aus der richtigen Perspektive fotografiert, entstand so das Bild eines Haifischbeckens in einer Zigaretten-schachtel, in die ein Mensch eine Angel hält.

Ein wahrhaft ungewöhnliches Foto also, und deshalb sammelten sich auch an allen Hauptbahnhöfen große Menschentrauben: jeder wollte das verrückte Foto mit nach Hause nehmen. Der verantwortungsvolle Umgang mit dem Genussmittel wurde dabei berücksichtigt, Jugendliche unter 18 Jahren durften an der Aktion nicht teilnehmen.



Erinnerungsfoto als GiveAway



Streetpainting in Action