

Thema: „dein nutella“

Das größte Nutellaglas steht in Berlin!



Beeindruckend: Das MegaGlas wird auf dem integrierten LED-Board mit dem eigenen Namen gebrandet

Highlight der „dein nutella“-Kampagne

Seit einigen Wochen läuft die „Dein nutella“-Kampagne deutschlandweit: Kunden, die ein Nutella-Aktionsglas gekauft haben, können auf der Website von Nutella ein Etikett mit ihrem Vor- oder Kosenamen bestellen. Die Möglichkeit sein Nutellaglas zu personalisieren, wird viel und gerne genutzt. Im Auftrag von Ferrero, Vizeum und Posterscope holten wir die sympathische Aktion mit einer spektakulären Installation

als Live-Event nach Berlin: MOVE IT MEDIA. realisierte das „Dein Nutella Riesenglas“. Das Objekt ist 12 Meter hoch und 9 Meter breit.

Zwei Wochen lang können sich nun Passanten in die Mall of Berlin am Leipziger Platz 12 vor dem Riesenglas fotografieren lassen. Auf einer integrierten LED-Wand erscheint der gewünschte Name, mit dem das Glas personalisiert wird. Das Event ist das Highlight der gesamten OoH Kampagne.

Thema: „dein nutella“

Begehrtes Motiv: Personalisiertes Glas



Für dieses besondere Bild steht man gerne Schlange



Die Fotos werden im gebrandeten Passepartout ausgehändigt

Große Resonanz bei der Foto-Aktion

Ein Team von Fotografen und Promotern betreut die Foto-Aktion und Namenseingabe für das Riesenglas. Von den iPad-Terminals auf der Aktionsfläche können Passanten ihren Namen direkt auf das LED-Display senden.

In Echtzeit greift die Eingabemaske auf eine Datenbank von über 270.000 Namen zu. Nahezu jeder Name von jeder Nationalität ist somit verfügbar. Als Erinnerung kann der Teilnehmer einen Fotoausdruck von sich und dem MegaGlas mit seinem Namen mit nach Hause nehmen.



Fast jeder Name findet sich in der hinterlegten Datenbank



Thema: „dein nutella“

Aufbau der Mega-Installation



Alle Module müssen vor Ort zusammen passen

Optimale technische Lösung

Etwa 350 Quadratmeter Spezialfolie mit Sonderkonfektion wurden mit Hilfe von Kränen und Hebebühnen auf dem Raumgerüst installiert. Zuvor mussten sämtliche Gegebenheiten und Auflagen geprüft werden: Brandschutz, Bodenlast, Statik etc.

Das Nutellaglas wurde auf Wunsch des Kunden in eine zweidimensionale Form gebracht. So entstand die notwendige Fläche für die 18 Quadratmeter große LED-Wand.

Auch bei der Foto-Aktion wurde an alles gedacht: Drei weitere Promoter, bestückt mit iPads, aktivieren Passanten zur Aktionsteilnahme. Die Resonanz ist allerdings so groß, dass kaum Teilnehmer motiviert werden müssen. Wem nun die Warteschlange zu lange ist, der hat die Möglichkeit, am „Selfie-Point“ ein Foto mit bester Sicht aufs Glas zu machen. Auf der Ballustrade der ersten Etage bietet sich eine beeindruckende Perspektive.



Beste Perspektive für den Selfie-Point