

Fußball Spectaculars: Einmalig konzipierte XL-Inszenierungen der Superlative

Der wohl größte Augmented Reality Screen



Feiernde Fankurve – dabei sein ist alles

FotoAktion in der Fankurve

„Nutella ist, was du daraus machst“ – dieser Slogan konnte mit dem Magic Window XL live erlebt werden. Herzchen für Lena oder Fußball für Sebastian – jeder Teilnehmer konnte sein Etikett selbst gestalten. Zuerst gab er seinen Namen ein, dann wählte er sein Lieblingsinteresse und seine Lieblingsfarbe und los ging's. Vor ihm erschien auf dem 100 m² großen Screen ein sechs Meter großes nutella Glas mit individuell gestaltetem Etikett, drehte sich hin und her, bevor das virtuelle Happening begann. Diesen besonderen Moment möchte man natürlich gerne festhalten. Daher nutzten fast zehntausend Teilnehmer die Chance, sich vor dem Green-Screen verewigen zu lassen und erhielten ihr ganz persönliches Foto. Auf Wunsch konnte man sich sogar die individuelle Animation als Video zuschicken lassen.



Lächeln vor dem GreenScreen – fertig ist das individualisierte Bild

Mitten auf der Berliner Fanmeile: Die Mercedes-Benz Fan-Brücke



Public Viewing Highlight am Brandenburger Tor

Dominiert die Meile: Die Mannschaft

Rechtzeitig zum ersten Deutschlandspiel der EURO 2016 überragte eine 27 Meter lange und 6,5 Meter hohe Fotobrücke die beliebte Berliner Fanmeile. Auf der Balustrade thronen als beeindruckende lebensgroße Silhouette die

Helden der Nationalmannschaft im Daimler Look „Vive La Mannschaft“. Nachts wurde die Silhouette der Spieler und die Brücke mit wechselnden Farben angestrahlt. Auf einem Foto-Balkon in fünf Meter Höhe konnten sich die Fans vor der fantastischen Kulisse am Brandenburger Tor verewigen lassen.

Seite 1/3

Fußball Spectaculars: Einmalig konzipierte XL-Inszenierungen der Superlative

Der UCL-Dome vor dem Dom in Mailand



Eine besondere Bühne vor einer prächtigen Kulisse

Ein Dom für den Originalpokal

Wie setzt man den Originalpokal der Champions League adäquat in Szene? Mitten auf dem Mailänder Domplatz inszenierte MOVE it MEDIA das Logo der UEFA Champions League im Auftrag von act.³ als beeindruckende Tribüne für den Originalpokal. Im Inneren des dreidimensionalen Logos konnten die Fans kurz vor dem Finale der begehrten Trophäe so nahe kommen wie nie.

Dieser besondere Moment wurde mit einem Erinnerungsfoto verewigt. Die FotoAktion dauerte drei Tage bis zum Finale. Der Ansturm war, wie zu erwarten, riesig. Konstruktion, Produktion, Transport und Montage des modularen Systems mit hohen Sicherheitsansprüchen stellten MOVE it MEDIA vor große Herausforderungen.



Posing vor dem adidas „GiantBalls“



Digitaler Screen im adidas „EyeBall“

Der Ball ist rund

Ein beliebtes Selfiemotiv auf der Mailänder Fanmeile waren die von MOVE it MEDIA konstruierten adidas „GiantBalls“. Auch der eigens entwickelte „EyeBall“ mit digitalem Screen fand bei den Fans auf seiner Tour durch europäische Metropole an prominenten Orten viel Aufmerksamkeit.

Seite 2/3

Fußball Spectaculars: Einmalig konzipierte XL-Inszenierungen der Superlative

MegaInstallation am Prater Riesenrad in Wien



MOVE it MEDIA Movie



MOVE it MEDIA Website



Zur EURO 2008 setzte sich adidas mit dem Impossible Goalkeeper ein wahres Denkmal: Das Prater Riesenrad, das berühmteste Wahrzeichen Wiens, zierte das monumentale Abbild des Torwarts Petr Čech.

Die 64 Meter hohe Installation mit acht rotierenden Armen war eine logistische Meisterleistung mit vielen technischen und statischen Herausforderungen. Doch der Aufwand hat sich gelohnt: Wie geplant, rief der beeindruckende Gigant ein ebenso beeindruckend gigantisches Echo in der Presse hervor. Nachts faszinierte die MegaInstallation mit einer farbenprächtigen Lichtinszenierung.

Der Goalkeeper wurde mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit dem Eurobest, Golden Drum Grand Prix for Design and Art Direction.

Der Torwartgigant Petr Čech beeindruckte Publikum und Presse weltweit

RoadShow quer durch Europa



Das Museumsquartier in Wien war die letzte Station der XL Tunits

Zwei Trucks tourten mit 16 XXL Tunits quer durch Europa und hielten an verschiedenen Stationen. MOVE it MEDIA konzipierte und realisierte die Megamodelle und die komplette RoadShow. Die Modelle stellten die Schuhe der Teams dar, die adidas während der EURO 2008 sponserte. Letzte Station der RoadShow war das Museumsquartier in Wien.

Impossible Huddle in Zürich



Freistehendes Figuren-Monument im Zeichen des Teamgeistes

Zur Euro 2008 bildeten elf Superstars aus verschiedenen europäischen Fußballmannschaften einen gigantischen Huddle. Hinter diesem 17 Meter hohen Kreis lagen für MOVE it MEDIA hunderte komplexe Arbeitsschritte: U.a. mussten dafür spezielle mobile 3D-Scanverfahren, Produktionstechniken, Transport- und Konstruktionsmechanismen eigens entwickelt werden.

Seite 3/3

