



Ballack in Hamburg



Ballack bleibt auch nachts am Ball



Luftaufnahme

ANPFIFF DER WELTWEITEN ADIDASKAMPAGNE IN HAMBURG

Seit dem 11. Oktober 2005 hat Deutschlands beliebtester Nationalspieler Michael Ballack die Hansestadt Hamburg fest im Blick. Ein 1.500 m² großer Digitalprint auf der Fassade des größten Hotels Hamburgs am Bahnhofsvorplatz beeindruckt mit dem Antlitz des Kapitäns der Fußball-Nationalmannschaft. Die unübersehbare Großflächenwerbung war der Anpfiff der offiziellen WM-Kampagne von adidas. Der Zeitpunkt war nicht zufällig gewählt: Das Freundschaftsspiel Deutschland gegen China am 12.10.2005 in Hamburg stellte den offiziellen Auftakt der WM Saison dar. Zeitgleich startete auch die weltweite Kampagne von adidas mit ähnlichen Aktionen. Seitdem zieren in Japan, Rio, Mailand und an anderen Orten die Gesichter der wichtigsten Nationalspieler die Citys.

Alles im Full-Service

Alle Steps des Projektes in Hamburg realisierte die Nürnberger Werbeagentur MOVE IT MEDIA für adidas im Auftrag von Carat und in Zusammenarbeit mit TBWA.

Die Realisierung solcher Großprojekte beginnt mit der Planung und der Flächenevaluation: Laufend werden von MOVE IT MEDIA geeignete Standorte für Wallposter, Fassadenverklebungen und Gebäudeverhüllungen gesucht, die hohen Ansprüchen genügen müssen. In Betracht kommen prominente und zentrale Standorte, die freistehend, stark frequentiert und weithin sichtbar sind. Nach der Auswahl beginnt der Hürdenlauf der Genehmigungserwirkung, der je nach Gemeinde unterschiedliche Schwierigkeitsgrade enthält. Für das Adidasposter konnte Viola Thies, Projektverantwortliche und Geschäftsführerin von MOVE IT MEDIA, die Stadt Hamburg und den Oberbürgermeister und Landesvorsitzenden Ole von Boist selbst gewinnen. „Zu den wichtigsten Argumenten zählte, dass die Kampagne wirklich weltweit und zum gleichen Zeitpunkt gestartet wird, und dem wollte man in Deutschland, dem WM-Austragungsort, nicht nachstehen“, so Viola Thies.

Außergewöhnliche Bildqualität

Der Druck eines Wallposters ist eine weitere Herausforderung, denn jede Gebäudefassade fordert neue Lösungen. Manche Fassaden sind uneben, haben hervorspringende Simse, bestehen aus unterschiedlichen Materialien wie Alu oder Glas, dürfen nicht angebohrt oder blickdicht verhängt werden. Bei dem Wallposter in Hamburg entschied sich MOVE IT MEDIA für den Digitaldruck auf Netz. Die Montage an der Fassade erfolgte mit einer speziell von MOVE IT MEDIA entwickelten



Ballack hat die Alster fest im Blick

Unterkonstruktion nach prüfstatischer Berechnung. Diese Unterkonstruktion führte auch zu der außergewöhnlichen Bildqualität des Wallposters.

Professionelle Abwicklung

Der Marketingdirektor des Hotels Herr Thomas Sante, der schon so manche Printinstallation auf der Fassade erlebt hatte, zeigte sich begeistert von der Professionalität der Abwicklung und der Brillanz des Motivs, besonders da die Hotelgäste durch die Verhüllung hindurch den Blick auf die Alster weiterhin genießen können. Das Poster aus Netzgitter ist von innen so durchscheinend wie eine Gardine.

Die Hausarbeit hat sich gelohnt

Bei der Wahl der optimalen Drucktechnik, Konstruktion, Konfektion und Montage in teilweise Rekordzeiten profitiert MOVE IT MEDIA von seinem eingespielten Expertenteam, das sich schon in zahlreichen Großprojekten bewährt hat, z. B. auch bei der Verklebung des höchsten Hotels in Berlin.

Für die überraschende Präsentation des Motivs wurde hinter geschlossenen Türen vorkonfektioniert und der Print über Nacht innerhalb weniger Stunden in zwei Teilen an der Fassade hochgezogen und befestigt.

Die Hausarbeit hat sich gelohnt: Das Wallposter ist ein echter Blickfang.

Befragte Hamburger Passanten empfinden das Bild als eine echte Verschönerung der Fassade.

Hamburgs Politprominenz war geladen

Im Rahmen eines spektakulären Enthüllungsevents und einer Pressekonferenz sollte Michael Ballack selbst sein Konterfei mittels einer Reißleine freigeben. Hierzu war auch Hamburgs Politprominenz, an der Spitze Ole von Boist, geladen. Leider musste sich Michael Ballack wegen einer Grippe sowohl für die Enthüllung als auch für das Länderspiel entschuldigen.

Trotzdem wird er die nächste Zeit in ganz Hamburg präsent sein und voll Zuversicht auf dem Bahnhofsvorplatz über die ganze Hansestadt blicken.

Große PR-Wirkung

Die Kampagne verfehlte ihre Wirkung nicht, noch am gleichen Tag gab es zahlreiche Berichte im TV, wie z.B. in den Tagesthemen und im Folgenden große, bebilderte Beiträge in Tages- und Fachpresse.



Halbzeit bei der Montage

Das FIFA WM Logo wird montiert



Arbeiten in schwindelnder Höhe