



© Gewista/TBWA

Freiluft-Fische
Dank wandelbarer Rolling Boards wird die Stadt zum Riesenaquarium.

Mitten in der Stadt und im Meer ...

TBWA\Wien und das Haus des Meeres erringen mit Formatsprengung einen Platz am Stockerl.

WIEN. In der vom Haus des Meeres und der Agentur TBWA\Wien kreierte Sonderwerbeform „So wird die Stadt zum Riesenaquarium“, die bei der Rolling Board Creative Trophy 2016 den zweiten Platz belegen

”

Rolling Boards sind ein unübersehbares Medium und wunderbar wandelbar.

Gerda Reichl-Schebesta
TBWA\Wien

“

konnte, ist eine dreiteilige Inszenierung zu sehen: Die Rolling Board-Fläche ist mittels einer fixen Formatsprengung von unterschiedlichen Meeresfischen – ein Paletten-Doktorfisch (blau/gelb), ein Anemonenfisch (orange) und ein Kaiserfisch (grün/blau gestreift) – umrandet. In einer 3er-Rollierung ist zum einen der gesamte, nun sujetfüllende, Fisch-Korpus, weiters der Slogan „Mitten im Meer“ auf Unterwasserhintergrund und zuletzt in gleicher Anmutung „Mitten in der Stadt“ zu sehen.

Hans Köppen, Geschäftsführer Haus des Meeres, über die außergewöhnliche Inszenierung: „Eine auffallende Präsentation an stark frequentierten Standorten ist die beste Art, auf eine Institution wie das Haus des

Meeres aufmerksam zu machen. Wir freuen uns, dass wir mit den Gewista Rolling Boards einen modernen und professionellen Werbeträger nutzen können. Der zweite Platz bei der Creative Trophy ermöglicht uns als privates, gemeinnütziges Unternehmen eine besondere Chance, ein großes Publikum zu erreichen.“

„Nicht mehr wegzudenken“

Auch Gerda Reichl-Schebesta, verantwortlich für die Kreation bei TBWA\Wien, findet nur lobende Worte für das Werbeformat: „Rolling Boards sind ein unübersehbares Medium und wunderbar wandelbar. Ein Medium, das viel Kreativität zulässt, und ein Medieninhaber, der das fördert, sind ein Glücksfall für Agentur, Auftraggeber und Publikum. Wir

freuen uns mit dem Haus des Meeres über die Umsetzung einer Idee, die Staunen erzeugt.“

„Rolling Boards“, so Andrea Groh, Director of Sales Gewista, „sind ein nicht mehr wegzudenkender, wesentlicher Bestandteil des nationalen Out of Home-Medienmixes. Als Stand-alone, im Zuge einer Sonderinszenierung oder auch als Bestandteil einer intermediären Mix-Kampagne, nimmt das Medium bei der werbetreibenden Wirtschaft einen hohen Stellenwert ein. Das Haus des Meeres konnte mit seiner Inszenierung den zweiten Platz der Rolling Board Creative Trophy 2016 belegen, die nun in der Umsetzung an reichweitenstarken Standorten in Wien zu bewundern ist.“ (red)

Credits

„Riesenaquarium“

Werbeform Rolling Boards an sechs Standorten in Wien mit Sonderwerbeform/Formatsprengung

Sujet „So wird die Stadt zum Riesenaquarium“ – 2. Platz der Rolling Board Creative Trophy 2016

Kunde Haus des Meeres – Betriebs GmbH

Agentur TBWA\Wien Werbeagentur
Kampagnenzeitraum 24. April bis 5. Mai 2017