

Presseinformation

18. Februar 2013

Vox wirbt schaurig-schön für neue Mystery-Crime-Serie *Grimm*

Werbeträger von WallDecaux überraschen deutschlandweit mit Lentikularplakaten

„Schaurig, aber wahr“: Mit dieser Botschaft wirbt der TV-Sender Vox derzeit deutschlandweit auf Lentikularplakaten für den heutigen Start der neuen Mystery-Crime-Serie *Grimm*. Der Außenwerber WallDecaux präsentiert die Motive mit Überraschungseffekt in den Städten Berlin, Köln, München, Hamburg, Stuttgart und Aachen. Je nach Blickwinkel des Betrachters zeigen die Lentikularplakate einen unterschiedlichen Ausschnitt des zugrundeliegenden Rasterbildes. Im Fokus steht Detective Nick Burkhard, der Hauptdarsteller der US-amerikanischen Serie *Grimm*. Über seine Schulter schauen die Charaktere Adalind Schade und Monroe, die beim Perspektivwechsel ihr wahres Gesicht zeigen. Die schaurig-schönen Plakatomotive stammen von Jung von Matt/Neue Elbe und sind derzeit in sechs deutschen Städten zu sehen.

Patrick Fischer, Produktmanager Innovate, WallDecaux: „Wir freuen uns, den Start der neuen Mystery-Crime-Serie *Grimm* auf Vox mit unseren Außenwerbemedien zu begleiten. Die Entscheidung für Lentikularplakate passt ausgezeichnet zum Profil der neuen Serie. Fantasy- und Mystery-Elemente können mit den optischen Trickeffekten der Lentikulartechnik optimal dargestellt werden. Der überraschende Motivwechsel der Plakate fesselt die Blicke der Passanten und macht sie so zu richtigen Hinguckern im Stadtbild.“

Die Sonderumsetzung ergänzt eine bundesweite City Light Poster- und City Light Säulen-Kampagne auf Werbeträgern von WallDecaux. Zusätzlich kommen Transportmedien in Berlin zum Einsatz: 16 für Berlin typische Doppeldecker-Busse erhielten ein plakatives *Grimm*-Branding und präsentieren als Außengestaltung schaurige „Insassen“. Auf den digitalen Werbeträgern von WallDecaux im U-Bahnhof Friedrichstraße bekommen die Fahrgäste mit gruseligen *Grimm*-Spots einen Vorgeschmack auf die neue Mystery-Crime-Serie.

„Das neue VOX-Programmhilight *Grimm* ist mit seinen packenden Märchen- und Mysterelementen eine faszinierende Spielwiese für die umfassende Startkampagne“, so Dirk Lüninghake, Marketing Manager VOX. „Vor allem über die klassischen Plakatstellen, mit impactstarken Lentikularplakaten, über digitale Plakate, Kinotrailer, Anzeigen oder online – die Passanten, Zuschauer und User werden durch Motive und Aktionen unmittelbar in die schaurig-schöne Märchenwelt des US-Serien-Hits entführt. Überraschende Effekte inklusive. Serie und Kampagne sind ein echter Hingucker – und das nicht nur auf den ersten Blick.“

Grimm ist eine US-amerikanische Krimiserie mit Fantasy- und Mystery-Elementen. Sie basiert auf den Märchen der Gebrüder Grimm und wurde von Stephen Carpenter, David Greenwalt und Jim Kouf entwickelt. Produziert wird die Serie seit 2011 für den US-Sender NBC. Der Fernsehsender Vox besitzt die Rechte an der US-Serie und zeigt die deutsche Erstaussstrahlung am 18. Februar. Die Serie begleitet Detective Nick Burkhard, der als sogenannter *Grimm* in der Lage ist, in einigen Mitmenschen märchenhafte Kreaturen zu sehen. Seine erklärte Mission ist es, die Menschheit vor den Bestien in Menschengestalt zu schützen.

Fact-Sheet:

Außenwerber:	Wall AG
Kunde:	Vox
Kreativ-Agentur:	Jung von Matt/Neue Elbe
Media-Agentur:	Jost von Brandis
Kampagne:	Grimm-Serienstart am 18. Februar 2013
Medium:	25 Lentikularplakate, CLP-Medien, Transportmittelwerbung mit Doppeldecker-Bussen, Digital OoH
Umsetzung:	Berlin, Köln, München, Hamburg, Stuttgart, Aachen und in weiteren 9 Städten bundesweit
Zeitraum:	KW 7-8

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in Deutschland und der Türkei
- Teil des internationalen Konzerns JCDecaux, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität mit mehr als 28 verschiedenen Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an mehr als 92.300 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.595 Flächen an Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Nationale Vermarktungskompetenz durch den Vertriebsbereich WallDecaux Premium Outdoor Sales mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in rund 60 Städten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, Smartphone-App *U snap*, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 1.063, Stand: 31.12.2012

Für Rückfragen:

Wall AG
Frauke Bank
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-381
E-Mail: frauke.bank@wall.de
www.wall.de