



PlakaDiva 2024

Die besten
Out of Home-Kampagnen
des Jahres 2023



PlakaDiva 2024

Sonderpreis

GOLD

Sonderpreis:

Bester Einsatz von OOH zum gesellschaftlichen Nutzen

**The Homeless Gallery –
Kunst darf alles.
Auch obdachlos sein.**

Hinz&Kunzt, das Hamburger
Straßenmagazin

Agenturen:

Philipp und Keuntje

Mediaplus

Mantikor



CAMPAIGN



EXHIBITIONS





PlakaDiva 2024

Beste Mediastrategie
Out of Home

GOLD

Beste Mediastrategie
Out of Home

**#JoyOfGettingOlder – Zurich
zelebriert das Älterwerden**

Zurich Gruppe Deutschland Zurich
Beteiligungs-AG

Agenturen:
Media Consult
HeimatTBWA\
GroupM OOH





42

Das Alter, in dem du vom Ku'dammpanzer aufs Lastenfahrrad umsteigst.

#JoyOfGettingOlder



ZURICH



U Kleistpark



SILBER

Beste Mediastrategie
Out of Home

Apollo – Alles unscharf

Apollo-Optik Holding
GmbH & Co. KG

Agenturen:
Mediaplus
Thjnk Germany



APOLLO - ALLES UNSCHARF

Challenge:

Expertenschätzungen zufolge sind von ca. 2,4 Millionen jährlichen Verkehrsunfällen mindestens 300.000 davon auf mangelnde Sehleistung zurückzuführen. Denn die eigene Sehkraft wird oft überschätzt. Ein Umstand den Apollo dringend ändern will. Denn in Deutschland reicht der erste Sehtest im Zusammenhang mit der Führerscheinprüfung. Danach wird man nie wieder nach dem aktuellen Stand gefragt.

Idee & Umsetzung:

Apollo startete anlässlich des „Welttags des Sehens“ eine crossmediale Awareness-Kampagne, um Bewusstsein dafür zu schaffen, wie wichtig regelmäßige Sehtests sind. Die Botschaft: „Die größte Gefahr im Straßenverkehr: sie nicht zu sehen.“ Die Strategie: Apollo ließ alles unscharf werden. Wirklich alles. Durch alle Medien an den richtigen Orten. Mit Überraschungen und zahlreichen Sonderinszenierungen.

Ergebnis:

Klare Sicht – klare Ergebnisse!
Und dieser Impact kann sich sehen lassen. Apollo sensibilisierte erfolgreich das Bewusstsein zum Thema Sehleistung und Verkehrssicherheit, animierte dazu aktiv zu werden und verzeichnete einen deutlichen Anstieg an Terminvereinbarungen zum Sehtest Pro.

BEWUSSTSEINSÄNDERUNG

+53,1%*

MOTIVATION AKTIV ZU WERDEN

+71,3%*

TERMINVEREINBARUNGEN

+45,4%**

Apollo 

Apollo auf digitalen Straßen



Apollo auf der Rennstrecke



Apollo auf echten Straßen



Multichannel Ansatz



BRONZE

Beste Mediastrategie
Out of Home

Der Schwarm kommt.

**ZDF Zweites Deutsches
Fernsehen**

Agenturen:

Mediaplus

Serviceplan Group



CHALLENGE

Was passiert, wenn sich die Natur eines Tages gegen uns wendet? Diese Frage beantwortet die Weltbestsellerverfilmung von „Der Schwarm“ des ZDFs. Doch wie kann sich ein deutscher Serien-Blockbuster mit relevantem Inhalt gegen die großen Streaming-Fische durchsetzen? Wie begeistert man ein sehr diverses Publikum und hält den Spannungsbogen von der ersten Presseankündigung bis zum Serienstart?

IDEE

Wir wagnen uns mit der Strategie des Schwarms. Eine diverse Zielgruppenansprache, die smarte Verknüpfung von on- und offline Medien und verschiedene Kampagnenphasen bündelten sich zu einem Kommunikationsschwarm, an dem keiner vorbeikommt.

DER SCHWARM

#DERSCHWARMKOMMT

UMSETZUNG

Ob an wassernahen Orten wie Häfen, geheimnisvoll bei Nacht oder imposant durch 3D-Animationen – der Kommunikationsschwarm setzte sich aus diversen Medien zusammen, die erst gemeinsam ein großes Ganzes ergaben. Dabei gruppierten sich unterschiedlichste Maßnahmen, um Umweltschutzinteressierte, Kino- und Streamingbegeisterte, junge User und Thrillerfans gleichermaßen in seinen Bann zu ziehen. Ein umfangreiches Begleitangebot vertiefte den Umweltaspekt der Serie weiter und schaffte so einen relevanten Beitrag in der Aufklärung rund um Meeresschutz.

48 MIO
Sichtungen / Streams

ÜBER 50 MIO KONTAKTE
in der jungen Zielgruppe zur Aufklärung über Meeresschutz

155 MIO
Kampagnenkontakte



Mysteriöse Vorkommnisse

Premiere

Diverse Zielgruppenansprache

Umweltinteressierte

PR-Auftakt

Sichtbarkeit im OOH

Streamer

Thriller & Sci-Fi Fans





PlakaDiva 2024

Beste
Innovative Nutzung
Out of Home

GOLD

Beste
Innovative Nutzung
Out of Home

Golden Billboard

Nikon Germany /
Nikon Europe B.V.

Agenturen:
Mediaplus
Serviceplan Group





GOLDEN BILLBOARD

RESULTS

+1,3 MIO

EARNED MEDIA CONTACTS

130.000

OUT-OF-HOME KONTAKTE

500.000

VIEWS ON SOCIAL MEDIA

INSIGHT

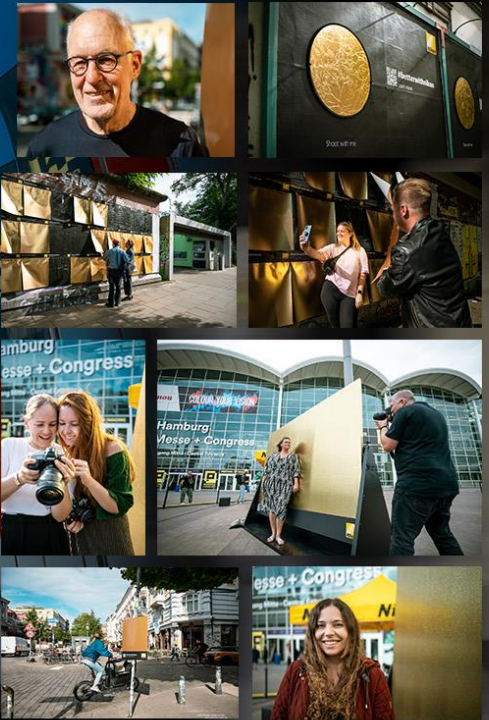
Professionelle und „instawürdige“ Schnappschüsse sind für die Selfie-Generation unverzichtbar geworden. Um sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld mit starker Smartphone-Konkurrenz zu behaupten, möchte NIKON während der PHOTOPIA, Deutschlands größte Foto-Messe, gezielt die Aufmerksamkeit der Foto-Community gewinnen. Dazu setzten wir auf innovative und interaktive Highlights.

IDEA

NIKONs Vision. „Unleash the limitless possibilities of light!“ Dazu verwandelten wir klassische Werbeflächen in echte Foto-Ausrüstung. Unsere innovativen First Mover, zum Mitnehmen und Ausprobieren, sorgten für ideales Licht beim spontanen Fotografieren. Die interaktiven OOH-Initiierungen begleiteten die PHOTOPIA -Community bereits auf dem Weg zur Messe. Abreißbare, verstellbare und sogar abnehmbare Reflektoren sorgten für ein kontinuierliches Markenerlebnis. Als Highlight agierte ein überdimensionales schwenkbare Golden Billboard direkt am Messe-Haupteingang.

EXECUTION

„NIKON unleashed the limitless possibilities of light.“ Auf Social Media erzielte das „Golden Billboard“ über 500.000 Views und starke Interaktion. Das Golden Billboard sowie die innovativen und interaktiven Out-of-Home-Initiierungen erleuchteten Hamburg, und erreichten insgesamt 130.000 Menschen. Durch zahlreiche Berichterstattungen generierten wir zusätzlich 1,3 Mio. Earned Media Kontakte.



SILBER

Beste

Innovative Nutzung

Out of Home

**Jeder Quadratmeter verdient,
der beste der Welt zu sein.**

HORNBACH Baumarkt AG

Agenturen:

HeimatTBWA\

Mediaplus

The advertisement is set against a solid orange background. At the top, a magenta rectangular area contains the text 'Groß sein muss nur die Idee.' in a bold, yellow, sans-serif font. Below this, centered, is a small magenta square with a white border containing the text '1m²' in white. In the bottom right corner, the Hornbach logo is displayed, consisting of the word 'HORNBACH' in a bold, black, sans-serif font above the tagline 'Es gibt immer was zu tun.' in a smaller, black, sans-serif font. The logo is enclosed in a white rectangular border with a small red and white striped graphic element on the right side.



BRONZE

Beste

Innovative Nutzung

Out of Home

Tactile Artworks – Alles Licht, Das Wir Nicht Sehen.

Netflix Services Deutschland GmbH

Agentur:

Agentur XY



PLAKAT

LOUIS HOFFMAN

ALLES LICHT,
DAS WIR NICHT SEHEN

NUR AUF **NETFLIX**





PlakaDiva 2024

Beste Kreation
Out of Home

GOLD

Beste Kreation
Out of Home

**KITAS Berlin –
„Berlin braucht Erziehung.“**

Kindergärten City,
Eigenbetrieb von Berlin

Agenturen:
GUD.berlin
DIEONLINEFABRIK





 **KITAS
BERLIN**

**BERLIN
BRAUCHT
ERZIEHUNG.**

Berlin braucht dich.
Finde jetzt deinen
Wunschjob bei den
Berliner Kitas!

www.kitas-berlin.de



 **KITAS
BERLIN**

**BERLIN
BRAUCHT
ERZIEHUNG.**

Berlin braucht dich.
Finde jetzt deinen
Wunschjob bei den
Berliner Kitas!

www.kitas-berlin.de



 **KITAS
BERLIN**

**BERLIN
BRAUCHT
ERZIEHUNG.**

Berlin braucht dich.
Finde jetzt deinen
Wunschjob bei den
Berliner Kitas!

www.kitas-berlin.de



 **KITAS
BERLIN**

**BERLIN
BRAUCHT
ERZIEHUNG.**

Berlin braucht dich.
Finde jetzt deinen
Wunschjob bei den
Berliner Kitas!

www.kitas-berlin.de

SILBER

Beste Kreation
Out of Home

Auf den zweiten Blick

Stiftung Deutsche
Depressionshilfe und
Suizidprävention

Agentur:
Grabarz & Partner
Werbeagentur



Nicht jede Erkrankung ist leicht zu erkennen.
Infos gibt es hier: deutsche-depressionshilfe.de

STIFTUNG DEUTSCHE
DEPRESSIONSHILFE
UND SUIZIDPRÄVENTION



Nicht jede Erkrankung ist leicht zu erkennen.
Infos gibt es hier: deutsche-depressionshilfe.de

STIFTUNG DEUTSCHE
DEPRESSIONSHILFE
UND SUIZIDPRÄVENTION



Nicht jede Erkrankung ist leicht zu erkennen.
Infos gibt es hier: deutsche-depressionshilfe.de

STIFTUNG DEUTSCHE
DEPRESSIONSHILFE
UND SUIZIDPRÄVENTION

BRONZE

Beste Kreation

Out of Home

**Mehr Licht – Brand Campaign für
die Süddeutsche Zeitung**

Süddeutsche Zeitung GmbH

Agentur:

Rebmann+Poguntke



Wir
leuchten
die Dinge
aus.
Bis sie
einleuchten.

Unabhängiger Journalismus für mehr Wissen, mehr Verstehen,
mehr Perspektiven, mehr Freude. **Mehr Licht.**

sz.de/licht

Süddeutsche Zeitung

Zu
wenig Licht
macht
schläfrig.
Bleiben
Sie wach.

Unabhängiger Journalismus für mehr Wissen, mehr Verstehen,
mehr Perspektiven, mehr Freude. **Mehr Licht.**

sz.de/licht

Süddeutsche Zeitung