



„Das Rolling Board ist ideal, um die Vielfalt des Micra zu zeigen“, so Nissan Marketing-Direktor Bernd Pfaller.

tenden Protagonisten zu sehen. Im Out of Home-Mediamix kommen weiters klassische Plakate in einer nationalen Streuung zum Einsatz.

„Der neue Nissan Micra besticht durch seine äußerst dynamische Formgebung. Die Personalisierungsmöglichkeiten erlauben es dem Kunden, das Design individuell an den eigenen Geschmack anzupassen. Mit der Rolling Board-Sonderwerbeform fanden wir das ideale Trägermedium, um diese Vielfalt zu zeigen“, so Nissan Marketing-Direktor Bernd Pfaller.

Gestaltungsmöglichkeiten

„Die Inszenierung zur Bewerbung des neuen Nissan Micra am Rolling Board“, so Gewista-CSO Andrea Groh, „ist besonders gelungen und zeigt, welche einzigartigen Gestaltungsmöglichkeiten das Medium bietet. Wir freuen uns immer wieder, wenn wir unsere Kunden zu einer kreativen Umsetzung auf unseren Werbeträgern inspirieren und diese gemeinsam eindrucksvoll und aufmerksamkeitsstark in den öffentlichen Raum bringen.“

Personalisiert

Nissan setzt bei der aktuellen Bewerbung des Nissan Micra voll auf den Werbekanal Rolling Board.

WIEN. Der neue Nissan Micra ist mit über 100 Personalisierungsoptionen kaum zu übertreffen und verlangt nach einem ebenso individuellen werblichen Auftritt. So werden an fünf ausgesuchten und reichweitenstarken Standorten in Wien Rolling Board-Sonderwerbeformen im

Total-Look in Szene gesetzt; dies umfasst die Einbindung des Rolling Board-Sockels sowie des Rahmens.

Auf drei verschiedenen Sujets sind die Slogans „made by you“, „made by her“ und „made by him“, individuell konfigurierte Micras sowie Fotos der gestal-

Credits

Auftraggeber Nissan
Kreativagentur TBWA
Werbeform/Out of Home-Mediamix 5 Rolling Board-Sonderwerbeformen und Rolling Boards in Wien, Plakate in nationaler Streuung
Kampagnenlaufzeit 23. September bis 5. November 2017



| Alle Kommunikationspartner auf einen Blick

Marketing-Kooperation in Fernost

Österreich Werbung und Stadt Wien bündeln ihre Kräfte in Japan.

WIEN/TOKIO. Seit 1990 unterhält Wien eine Repräsentanz in Tokio, die als offizielle Vertretung der Stadt den WienTourismus bei diversen Marketingaktionen unterstützt. Im Zuge einer Neuorganisation der Marktbearbeitung in Japan findet das Wien-Büro mit 1. Jänner 2018 nun Eingang in die Tokioter Repräsentanz der Österreich Werbung.

Michael Tauschmann, Leiter des ÖW-Büros und bislang auch Leiter des Wien-Büros, wird der Wiener Reisebranche weiterhin als Ansprechpartner zur Verfügung stehen, wie auch Wien-Expertin Akiko Fukuda, künftig als Mitarbeiterin der Österreich Werbung. Der Wiener Wechsel von einer institutionellen Präsenz hin zu einer konsequenten gemeinsamen Marktbearbei-

tung soll eine bessere Nutzung von Synergien ermöglichen, mehr Flexibilität in der Marktbearbeitung bringen und weiterhin Wiens intensive Präsenz in Japan gewährleisten. Seit vielen Jahren ist Japan wichtiger Herkunftsmarkt für den heimischen Tourismus – 2016 wurden 427.000 Nächtigungen aus Japan in Österreich gezählt, 258.000 davon in Wien. (red)



Michael Tauschmann, Leiter des ÖW-Büros in Tokio.