

Innovative showcase

Red Bull

KAMPAGNE

Launch Red Bull Zero



HERAUSFORDERUNG

Den Produktlaunch nicht nur sichtbar, sondern erlebbar zu machen und die Marke mit einem dynamischen, aktivierenden Erlebnis zu verknüpfen.



ZIEL

Den Launch von Red Bull Zero aufmerksamkeitsstark zu inszenieren, Probierkontakte direkt vor Ort zu generieren und die Zielgruppe mit einer ungewöhnlichen Fitness-Aktion in den öffentlichen Raum hineinzuziehen.



LÖSUNG

Mit der „Red Bull Fitness Challenge“ wurde die City Light Wartehalle vollständig im Red-Bull-Look gebrandet. Ein Screen mit Kamera und Motion Tracking lud Passant:innen zu Kniebeugen ein, die die Getränkeausgabe aus einem integrierten Dispenser auslösten. So entstand eine interaktive Sampling-Zone, die Fitness, Spaß und Produkterlebnis verband und zusätzlich in Social Media verlängert wurde.

gewista



ZIELGRUPPE

- Dynamische, aktive Stadtbewohner:innen,
- Offen für neue Produkte
- Haben Spaß an Bewegung

PRODUKT

- Red Bull Getränke
- Fokus auf Red Bull Zero

AKTIVIERTE KANÄLE

- City Light Wartehalle (SOFO Innovation) am Rathausplatz



Innovative showcase

Ergebnisse der Kampagne

Die Red Bull Fitness Challenge machte die Wartehalle zum aktiven Brand-Erlebnisraum und verknüpfte den Launch von Red Bull Zero direkt mit Bewegung und Sampling. Vor Ort sorgte die Aktion für hohe Sichtbarkeit und generierte mit Gewista Corporate Influencer zusätzliches Echo über Social Media. So verstärkten sich OOH-Präsenz und Social-Media-Kommunikation gegenseitig und erzeugten eine durchgängige Wirkung entlang der gesamten Customer Journey.

2000

Dosen in 4 Wochen

1 Mio.

Sichtkontakte

100.000

Social Media Impressions

gewista



[Hier geht's zum Video](#)