

# Innovative showcase

## » Samsung

### Samsung Galaxy S26 Ultra | Privacy Display

Einführung des **Samsung Galaxy S26 Ultra** mit der neuen Funktion **Privacy Display**, die Inhalte auf dem Smartphone vor neugierigen Blicken schützt.



#### HERAUSFORDERUNG

Erklärungsbedürftiges Feature muss im schnellen, öffentlichen Umfeld sofort verstanden und als relevant erlebt werden.



#### ZIEL

Den abstrakten Nutzen (Privacy) in ein konkretes, physisches Erlebnis zu übersetzen.



#### LÖSUNG

Bekanntmachung des Produkts durch starkes, erlebbares Innovationselement, das das Privacy Display unmittelbar demonstriert. Die Funktionsweise des Privacy Displays wird 1:1 ins Medium City Light via Lenticular Folie übertragen: Frontal ist der Inhalt sichtbar. Seitlich „verschwindet“ er – genau wie beim Smartphone.

Selektive Special-Umsetzungen schaffen Differenzierung, Gesprächswert und ein erlebbares Produktversprechen. Privacy wird dort inszeniert, wo das Bedürfnis besonders hoch ist: öffentlicher Raum, ÖPNV, Einkaufszonen, Wartebereiche.



#### ZIELGRUPPE

- technikbegeisterte Power-User
- Geschäftskunden
- Content Creator, die maximale Leistung, eine erstklassige 200-MP-Kamera und exklusive KI-Funktionen suchen.



#### PRODUKT

- High End Smartphone
- Technologieführer
- Einzigartige Technik



#### AKTIVIERTE KANÄLE

- 15 Lenticular City Light Poster
- 29 Digitale City Lights



# Innovative showcase

## Relevanz und Wirkung

15 Hero Touchpoints

sorgen für Differenzierung, Earned Attention und Gesprächswert.  
Hohe Stopping Power durch den unerwarteten Effekt eines „Privacy Displays“ im Stadtbild

29 digitale Screens

stellen sicher, dass die ZG über verschiedene Tageszeiten und Wege hinweg mehrfach mit der Kampagne in Berührung kommt

4,2 Mio.

Sichtkontakte in Wien innerhalb 2 Wochen!  
Botschaft nicht nur kommuniziert, sondern erlebbar gemacht!  
Steigerung der Markenbekanntheit und Samsung als Technologieführer.



Samsung  
Samsung Galaxy S26 Ultra  
Privacy Display

„Wer sein Produkt erlebbar machen will, braucht mehr als nur Sichtbarkeit. Er braucht die Stadt als Bühne. Mit den Gewista City Lights, DOOH-Netzen und innovativen Spezialumsetzungen wird genau das möglich.“

Thomas Petroczi  
Samsung  
Head of MarCom IM/CE

„Mit der Samsung S26 Ultra Kampagne zeigen wir, dass **City Lights und DOOH** weit mehr sind als Reichweitenlieferanten: Sie können **Produktnutzen demonstrieren, Interaktion im öffentlichen Raum auslösen und Markenerlebnisse schaffen**, die im Gedächtnis bleiben.“

Andrea Groh  
CSO, Gewista