

Vorwort.

** Ge.Blogged * Topmeldung * Spezial * Newsbox * Drei-Minuten-Interview*

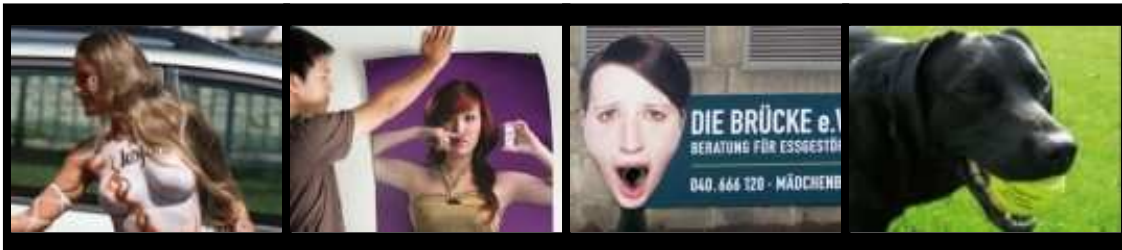
Lieber Leser,

das Modelabel TALLY WEIJL macht Passanten zu Botschaftern seines Slogans, ein BMW klettert über Gepäckstücke und die Airline Emirates parkt ein Flugzeug-Fahrwerk vor der Zielgruppe - alternative Werbeformen sind unaufhaltsam auf dem Vormarsch. Lesen Sie, mit welchen außergewöhnlichen Ideen die erfolgreiche Inszenierung von Marken gelingt. Ab Januar erhalten Sie unseren Newsletter übrigens immer am 3. Montag des Monats - dann erweitert um interessante Inhalte. Eine schöne Adventszeit wünscht:

Ihr Guido Bliss



Ge.Blogged.



Kofola sexy Promotion

Kreatives Poster von
Rexona

Die Brücke e.V. - Guerilla
Marketing

Dogtoys: Medium Hund

Topmeldung.

TALLY WEIJL: Markeninszenierung mit Out-of-Home-Communication.

Wenn ein Mann im rosafarbenen Hasenkostüm durch Großstädte hoppelt und sich Passanten ein Werbemotiv samt Slogan und Bunny willig auf Rücken, Beine, Bauch und Haare sprayen lassen, handelt es sich garantiert um die aktuelle Promotionaktion von TALLY WEIJL. Plakativ wie kein anderes Label stellt die Modekette ihr Image in der Öffentlichkeit dar und verknüpft den Auftritt out-of-home mit ihrer Web-Präsenz, stets begleitet von der markentypischen Signalfarbe Pink.

„We make sexy totally sexy.com“, lautet der im Slogan manifestierte Anspruch von TALLY WEIJL, der sich durch die gesamte Kampagne zieht. Die Kommunikation stützt sich in erster Linie auf eine groß angelegte Out-of-Home-Kombination aus City-Light-Postern, Mega-Lights, Großflächen, City-Light-Säulen sowie Riesenpostern. [Weiter lesen...](#)



Kubus

384 m² mobiles Riesenposter

Out-of-Home Spezial...



Newsbox.

Entscheider verpassen wichtige Trends.

Innovative Werbeideen und alternative Kommunikationswege werden von Marketingexperten und Mediastrategen zwar ständig gefordert, aber vergleichsweise selten genutzt. Denn die zuständigen Entscheider verhalten sich überaus konservativ und sind von echtem „crossmedialen Denken“ weit entfernt. Zu diesem Schluss kommen unabhängig voneinander gleich zwei aktuelle Untersuchungen. [Weiter lesen...](#)

Windwerbeanlagen: Werbung mit Öko-Faktor.

Weithin sichtbar Werbung machen, dabei Geld sparen und als öffentlicher Klimafreund noch Pluspunkte fürs Image holen – das verspricht die Nutzung der VentoeX Werbeanlage, die zugleich eine Windenergieanlage ist. [Weiter lesen...](#)

Hindernis-Parcours für BMWs X5 im Flughafen.

Um die Geländefähigkeit des BMW X5 praxis- und zielgruppennah zur Schau zu stellen, lässt ihn die Münchener Agentur Plan.Net sogar über Gepäckstücke am Flughafen klettern. [Weiter lesen...](#)



Drei-Minuten-Interview.

Mit Michael Haag.

Michael Haag, Head of Marketing bei TALLY WEiJL, stellt sich diesen Monat unseren 21 Fragen. Der begeisterte Snowboarder frühstückt nur am Wochenende und fährt gerne mit der Bahn - solange es keine Streiks gibt. Er nutzt alle Medien und es gehört zu seinen Hobbies, immer ein Auge auf aktuelle Außenwerbe-Kampagnen zu richten. [Zum Interview...](#)



Lob & Tadel an: feedback@blisscommunication.de

Impressum:

Bliss OUT-OF-HOME COMMUNICATION

Inhaber: Guido Bliss

Schöllinger Feld 48

58300 Wetter (Ruhr)

Haftungshinweis:

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle uebernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschliesslich deren Betreiber verantwortlich.