

Presseinformation

YSL Loveshine – Neuer Hochglanz-Lippenstift erobert deutsche Metropolen mit 3D-DOOH-Kampagne und einem glänzenden Finish am KaDeWe Berlin.

YSL setzt bei der Markteinführung ihres neuen Lippenstifts „YSL LOVESHINE“ auf grenzenlose Kreativität, die sich der digitalen Medien von WallDecaux auf neue Art und Weise bedient: Parallel zum Launch der digitalen 3D-Kampagne in Berlin, Hamburg und Düsseldorf lässt YSL Beauté das Flagship KaDeWe in Berlin mit Augmented OOH-Inszenierung in neuem Glanz erstrahlen.

Berlin, den 15. Mai 2024 – Perfekter Glanz und intensive Farbe: Dafür steht der neue Lippenstift von YSL namens „YSL LOVESHINE“. Die Einführung dieses neuen Kosmetikprodukts feiert die Marke mit einer 3D-DOOH-Kampagne in Berlin, Hamburg und Düsseldorf an digitalen Premium-Standorten von WallDecaux, diese sind gezielt nach Points-of-Sales der Zielgruppe ausgewählt. Die von Shopping geprägten, hochfrequentierten Straßen zeigen das, von YSL Beauté kreierte, 3D-Motiv und die immersive Welt von „YSL LOVESHINE“.

Unterstützt wird die Kampagne als besonderes Highlight in den sozialen Medien durch eine Augmented Reality-Inszenierung des Hochglanz-Lippenstifts an der KaDeWe-Fassade in Berlin. Die realitätsnahe Kreation, die bei YSL Beauté in Zusammenarbeit mit WallDecaux entworfen wurde, wird ihre virale Kraft in den Medienkanälen entwickeln und sich im realen Leben mit der Kampagne verknüpfen. Das glänzende Finish für das bekannteste Kaufhaus Berlins verspricht eine hohe Aufmerksamkeit und verlängert die 3D-DOOH-Kampagne geschickt auf Social Media.

Motion Design für Kampagnen sowie Augmented Reality-Inszenierungen sind Bestandteil der Serviceangebote von WallDecaux an Werbungtreibende.

Andreas Prasse, Geschäftsführer WallDecaux: „YSL nutzt auf kreative Weise die heutigen Möglichkeiten unseres Mediums und erhält dadurch größte Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum. Darüber hinaus wird die Reichweitenstärke von Out of Home effizient genutzt, indem die YSL- Zielgruppe punktgenau am POS angesprochen wird.“

Güven Dalgıç, General Manager Yves Saint Laurent Beauté & Couture Brands and IT Cosmetics DACH: „Die innovative Kombination aus Augmented Out of Home und Digital Out of Home war die ideale Kampagne für den Launch unseres YSL LOVESHINE Lippenstifts. Das KaDeWe war dabei der perfekte Ausgangspunkt für unsere Kreation, dank seines ikonischen Gebäudes in Berlin und unserer wichtigen Partnerschaft mit dem Händler. Durch die starke Aufmerksamkeit online

WallDecaux

Premium Out of Home

und offline konnten wir eine herausragende Erfahrung schaffen und Engagement innerhalb unserer Zielgruppe generieren.“

Für Rückfragen:

Wall GmbH

Frauke Bank

Leiterin Corporate Communications & Affairs

Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-325

E-Mail: presse@wall.de

www.wall.de
