





Die Kleber-Bewegung.

18. Januar 2008



Die Löser-Bewegung.

18. Januar 2008



Präsentiert von:

Barbara Blaesi, Art Direction
Samuel Christ, Text



Präsentiert von:

Dana Berkovits, Art Direction
Conny Jäger, Art Direction



Die Herausforderung:

Mit einem Paukenschlag den neuen UHU-Sekundenkleber lancieren.
Begleitet von einem impactstarken Comeback für die Marke UHU.



Die Herausforderung:

Mit einem Paukenschlag den neuen UHU-Sekundenlöser lancieren.
Begleitet von einem impactstarken Comeback für die Marke UHU.



Und so packen wir es an:

Mit einer Kampagne, die kleben bleibt.



Und so packen wir es an:

Mit einer Kampagne, die sich von gewohnten Mustern löst.



Dann los mit der gelben Offensive.



Dann los mit der schwarzen Offensive.



Die Kampagnenidee.

Für die Kommunikation von UHU verso entwickeln wir eine Kleber-Kampagne. Parallel dazu wird auch eine Löser-Kampagne laufen. Denn genau wie bei den beiden Tuben von UHU verso, sollen auch die Kampagnen durch ihr gegenseitiges Wechselspiel überzeugen.

Inhaltlich dient die Kampagne als Plattform für eine spezielle Gemeinschaft: Die Community der Kleber. Dabei geht es in erster Linie um das Planen und Durchführen möglichst spektakulärer und amüsanter Klebe-Aktionen.

Das Zuhause der Gemeinschaft ist die virtuelle Welt, der Aktionsradius die wirkliche Welt.

Indem wir der Phantasie von Klebern freien Lauf lassen, geben wir UHU verso eine neue Dimension. Mit dem eingeschlagenen Weg zeigen wir direkt und auf ungewohnte Weise, um was es beim neuen UHU verso geht. Gleichzeitig befreien wir die Marke UHU von ihrer Staubschicht.



Die Kampagnenidee.

Für die Kommunikation von UHU verso entwickeln wir eine Löser-Kampagne. Parallel dazu wird auch eine Kleber-Kampagne laufen. Denn genau wie bei den beiden Tuben von UHU verso, sollen auch die Kampagnen durch ihr gegenseitiges Wechselspiel überzeugen.

Inhaltlich dient die Kampagne als Plattform für eine spezielle Gemeinschaft: Die Community der Löser. Dabei geht es in erster Linie um das Planen und Durchführen möglichst spektakulärer und amüsanter Löse-Aktionen.

Das Zuhause der Gemeinschaft ist die virtuelle Welt, der Aktionsradius die wirkliche Welt.

Indem wir der Phantasie von Lösern freien Lauf lassen, geben wir UHU verso eine neue Dimension. Mit dem eingeschlagenen Weg zeigen wir direkt und auf ungewohnte Weise, um was es beim neuen UHU verso geht. Gleichzeitig befreien wir die Marke UHU von ihrer Staubschicht.



Die Einführungsphase.

Zum Kampagnenstart holen wir mit einem aufmerksamstarken Plakat zu unserem ersten Aufschlag aus. Es zeigt schnell und einfach, was UHU verso kann und verweist auf die Internetseite www.uhuverso-klebt.ch



Die Einführungsphase.

Zum Kampagnenstart holen wir mit einem aufmerksamstarken Plakat zu unserem ersten Aufschlag aus. Es zeigt schnell und einfach, was UHU verso kann und verweist auf die Internetseite www.uhuverso-loest.ch



Das gelbe Plakat.



UHU klebt.
www.uhuverso-klebt.ch

Das schwarze Plakat.



UHU löst.
www.uhuverso-löst.ch

Das Fassadenplakat.



UHU klebt.
www.uhuverso-klebt.ch

Das Fassadenplakat.



UHU löst.
www.uhuverso-löst.ch



Die Plattform www.uhuverso-klebt.ch

Auf dem Internet-Portal tauchen die User ein in die Welt der Kleber. Hier werden sie aufgefordert, sich der Community anzuschliessen und selber zum Kleber zu werden. Dazu gehört das Planen von Aufsehen erregenden Aktionen, das Beurteilen von Aktionen anderer User, sowie die Teilnahme am Leben der Community. Die Site verschafft den Usern Orientierung in ihrer Welt und Verbindungen zu Gleichgesinnten.

Als Ausgangspunkt hierfür dient eine Lage-Karte über den Zustand der laufenden Aktivitäten.

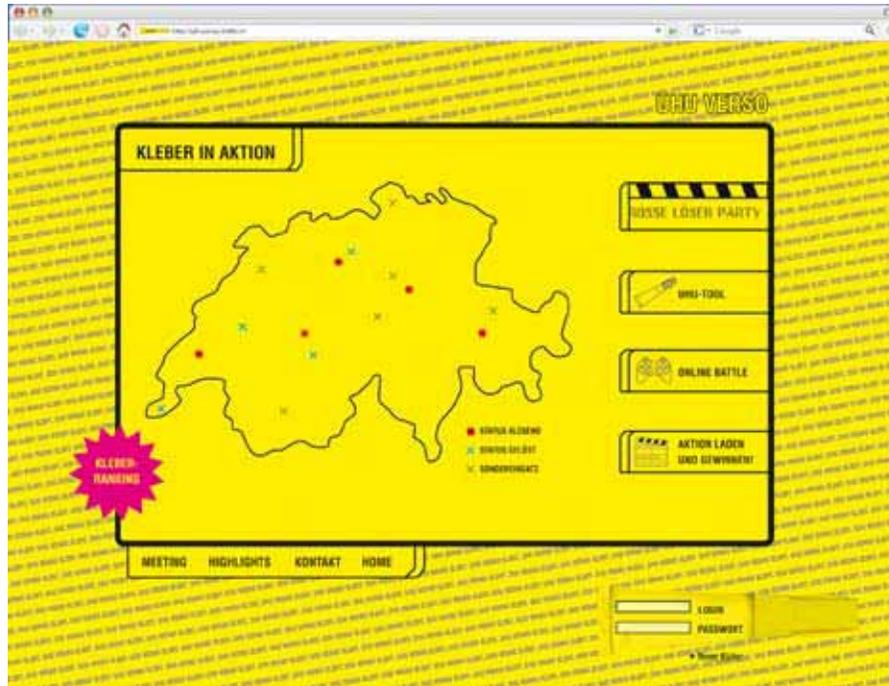


Die Plattform www.uhuverso-loest.ch

Auf dem Internet-Portal tauchen die User ein in die Welt Löser. Hier werden sie aufgefordert, sich der Community anzuschliessen und selber zum Löser zu werden. Dazu gehört das Planen von Aufsehen erregenden Aktionen, das Beurteilen von Aktionen anderer User, sowie die Teilnahme am Leben der Community. Die Site verschafft den Usern Orientierung in ihrer Welt und Verbindungen zu Gleichgesinnten.

Als Ausgangspunkt hierfür dient eine Lage-Karte über den Zustand der laufenden Aktivitäten.

Die Startseite/1.



(Visual: Lagekarte mit Navigationselementen)

Kleber in Aktion.

(Alarmfeld:)

Kleber Party am 12. April 2008

(Signaturen:)

Status klebend, Status gelöst, Sondereinsatz

(Eingabefelder:)

Aktion laden, UHU-Tool, Online Battle

Die Startseite/1.



(Visual: Lagekarte mit Navigationselementen)

Löser in Aktion.

(Alarmfeld:)

Löser Party am 12. April 2008

(Signaturen:)

Status gelöst, Status noch klebend, Sondereinsatz

(Eingabefelder:)

Aktion laden, UHU-Tool, Online Battle



Die Startseite/2.

(Registrierung:)

Login

Neuer Kleber

(Navigation unten:)

Meeting Highlights Kontakt Home

(Stern:)

Top-Kleber



Die Startseite/2.

(Registrierung:)

Login

Neuer Löser

(Navigation unten:)

Meeting Highlights Kontakt Home

(Stern:)

Top-Trophäen



Die Option „Registrierung“.

Die fakultative Registrierung macht die Zugehörigkeit zu den Klebern perfekt. Auf diese Weise erhält der User ein Login, das ihm eine erweiterte Nutzung der Site ermöglicht.

Dazu gehört zum Beispiel die Teilnahme an interaktiven Games oder Online-Meetings, sowie die Möglichkeit selber Aktionen hochzuladen. Registrierte User können sich weiter an den Newsletter abonnieren und werden so immer über anstehende Aktionen informiert. Im Gegenzug profitiert UHU von einer neuen Kunden-Datenbank.



Die Option „Registrierung“.

Die fakultative Registrierung macht die Zugehörigkeit zu den Lösern perfekt. Auf diese Weise erhält der User ein Login, das ihm eine erweiterte Nutzung der Site ermöglicht.

Dazu gehört zum Beispiel die Teilnahme an interaktiven Games oder Online-Meetings, sowie die Möglichkeit selber Aktionen hochzuladen. Registrierte User können sich weiter an den Newsletter abonnieren und werden so immer über anstehende Aktionen informiert. Im Gegenzug profitiert UHU von einer neuen Kunden-Datenbank.



Die Navigationspunkte „Aktionen“.

Wer auf der Schweizer Karte eine Signatur anklickt, erhält in einem Pop-up alle Informationen zur entsprechenden Aktion auf einen Blick. Darunter findet sich immer auch ein Handycam-Film, der die Aktion dokumentiert.

Um die Aktionen anzukurbeln und die User zu inspirieren, stellen wir selber einige gefälschte Handycamfilme aufs Netz. Jede Aktion kann von den Usern bewertet werden.



Die Navigationspunkte „Aktionen“.

Wer auf der Schweizer Karte eine Signatur anklickt, erhält in einem Pop-up alle Informationen zur entsprechenden Aktion auf einen Blick. Darunter findet sich immer auch ein Handycam-Film, der die Aktion dokumentiert.

Um die Aktionen anzukurbeln und die User zu inspirieren, stellen wir selber einige gefälschte Handycamfilme aufs Netz. Jede Aktion kann von den Usern bewertet werden.

Das Pop-up „Aktionsübersicht“.



Aktion N° 23

Von: Chloibi44

Ort: Niederbipp

Koordinaten: 621 200/235 840

Datum: 21.03.08

Zeit: 23:13 MEZ

Das Pop-up „Aktionsübersicht“.



Aktion N° 76

Von: LöLö12

Ort: Niederbipp

Koordinaten: 621 200/235 840

Datum: 22.03.08

Zeit: 12:44 MEZ



Drei Filmbeispiele:



Drei Filmbeispiele:

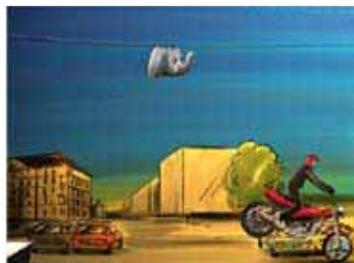
Der Film „Motorrad“.



Auf einem grossen Parkplatz. Ein junger Mann schwingt sich auf ein Motorrad. Unter seinen Arm hat er lässig einen Elefantenkopf aus Plastik geklemmt.



Er braust los und gibt in voller Fahrt mit der gelben UHU-Tube einen Tupfer Leim auf den Plastikkopf. Dabei fährt er direkt auf eine Rampe zu und setzt zu einem gewaltigen Sprung an. In der Luft löst er sich vom Lenker seines Motorrads und klebt den Elefantenkopf an einem 20 Meter über dem Boden durchführenden Leitung an.



Danach landet er sicher und wohlbehalten wieder auf dem Boden.

(Abbinder:)

www.uhuverso-klebt.ch

www.uhuverso-klebt.ch

Der Film „Helikopter“.



Auf einem grossen Parkplatz klebt an einer 20 Meter über dem Boden durchführenden Leitung ein Elefantenkopf aus Plastik. Vom Horizont her kommt ein Helikopter angeflogen. 200 Meter über dem angeklebten Elefantenkopf beginnt der Heli vor Ort zu rotieren.



Die Türe des Heli öffnet sich und ein Typ springt an einem Bungee-Seil in die Tiefe. Drei Meter unter dem Elefantenkopf hat er den tiefsten Punkt erreicht und wird durch das elastische Gummiseil wieder in die Höhe katapultiert. Beim 2. Sturz liegt der Wendepunkt genau auf der Höhe des Elefantenkopfs.



Kurz bevor der Extremsportler wieder hochschnellt, löst er mit einem Tupfer aus der schwarzen UHU-Tube den Elefantenkopf vom Stahlseil.

(Abbinder:)

www.uhuverso-loest.ch

www.uhuverso-loest.ch

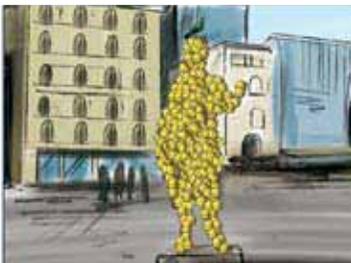
Der Film „Zielscheibe“.



Auf einem grossen Platz mit einer Statue in der Mitte. Eine junge Frau steht neben dem Standbild und gibt aus einer gelben UHU verso Tube einen Tropfen Leim auf die Bronzefläche.



Wir sehen nun wie ein Mann aus etwa 20 Meter Entfernung einen Tennisball gegen die Statue schleudert. Er trifft punktgenau die mit Leim präparierte Fläche, so dass der Ball an der Statue kleben bleibt. In der Folge reihen sich Tupfer an Treffer, ohne dass ein Ball verfehlen würde. Und zwar solange bis die Statue mit Ausnahme einer kleinen Stelle bis an die Spitze voll beklebt ist mit Tennisbällen.



Nachdem die Frau auch das letzte Fleckchen mit einem Leimtupfer versehen hat, setzt sich eine Taube drauf und bleibt kleben.

(Abbinder:)
www.uhuverso-klebt.ch

www.uhuverso-klebt.ch

Der Film „Doppelleiter“.



Eine Statue in der Mitte eines grossen Platzes ist voll beklebt mit Tennisbällen. An der Spitze der Statue klebt eine Taube.



Neben ihr beobachten wir einen jungen Mann, der gerade neben dem Standbild eine Doppelleiter aufstellt. Mit einem schwarzen UHU-Kessel in der Hand steigt er die Leiter hoch und kippt die Flüssigkeit über die Statue.



In einem ersten Augenblick passiert nichts. Erst drei Sekunden später fallen plötzlich alle Bälle zu Boden und die Taube oben an der Spitze fliegt davon.

(Abbinder:)
www.uhuverso-loest.ch

www.uhuverso-loest.ch

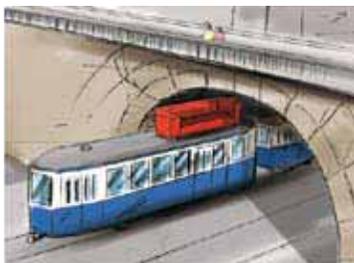
Der Film „Viadukt“.



Zwei junge Frauen schieben ein grosses Sofa über ein Viadukt. In der Mitte der Überführung machen sie halt und hieven das Möbel auf das Geländer.



Dabei zieht die eine Frau eine gelbe Tube UHU Verso heraus und gibt einen Tupfer unter einen Sofa-Fuss. Mit vereinten Kräften schieben sie das klobige Teil über das Geländer und lassen es in die Tiefe stürzen.



Das Sofa landet auf einem unter dem Viadukt herfahrenden Tram und bleibt dort kleben.

(Abbinder:)
www.uhuverso-klebt.ch

www.uhuverso-klebt.ch

Der Film „Stelzen“.



An einer Tramhaltestelle wartet ein junger Mann auf langen Stelzen. Plötzlich kommt ein Tram angefahren, auf dessen Dach ein Sofa klebt.



In diesem Moment zieht der Stelzen-Mann eine schwarze Tube UHU Verso aus der Hosentasche, streckt seinen Arm Richtung Tramdach aus und tupft mit dem Verso an den Fuss des Sofas.



Das Tram fährt weiter und wir beobachten wie das Sofa auf dem Tramdach hin und her rutscht.

(Abbinder:)
www.uhuverso-loest.ch

www.uhuverso-loest.ch

Der Film „Krankenbett“.



Eine zitterige Handycam zeigt nachts den Flur einer Alterssiedlung. Ein Greis macht sich gerade an einem elektrischen Krankenbett zu schaffen und hievt einen Rollator auf die Matratze.



Danach steigt er selber auf das Bett. Er drückt auf einen Knopf und lässt das Bett hydraulisch hochfahren. Auf der maximalen Höhe angekommen, zückt er eine gelbe Tube UHU verso und gibt einen Tupfer auf den Rollator. Er hält die Gehhilfe hoch und klebt sie an der Decke an.



Anschliessend fährt er auf dem Bett wieder runter.

(Abbinder:)
www.uhuverso-klebt.ch

www.uhuverso-klebt.ch

Der Film „Greifarm“.



Eine zitterige Handycam zeigt eine Greisin im Flur einer Alterssiedlung. Sie werkelt gerade an einem Greifarm herum. Etwas ungeschickt klemmt sie zwischen die Klauen ihrer Bückhilfe eine schwarze, offene Tube UHU verso.



Wir sehen nun an der Decke des Flurs einen Rollator kleben. Langsam streckt die alte Frau ihr präpariertes Werkzeug nach oben, bis die Tube die Stelle berührt, wo der Rollator klebt. Nun drückt die Frau die Klauen der Greifzange zusammen, so dass ein paar Tropfen Flüssigkeit aus der Tube treten.



Danach geht die Frau weiter ohne wahrzunehmen, dass wenige Augenblicke später hinter ihr der Rollator runterdonnert.

(Abbinder:)
www.uhuverso-loest.ch

www.uhuverso-loest.ch



Der Navigationspunkt „Aktion laden“.

Die User werden hier direkt aufgefordert, selber zu kleben und ihre Aktionen mit einer Handycam zu dokumentieren. Die so entstandenen Filme können auf die Seite hochgeladen werden.

Wer Hilfe für seine Aktion braucht, kann hier auch auf der Seite nach Komplizen suchen oder eine Kleinanzeige aufgeben lassen.

Als Anreiz werden die Aktionen mit dem besten Rating am Tag X unter gehöriger Ankündigung in der Presse im Fernsehen ausgestrahlt und mit einem Preis von CHF 20'000.- dotiert.



Der Navigationspunkt „Aktion laden“.

Die User werden hier direkt aufgefordert, selber zu lösen und ihre Aktionen mit einer Handycam zu dokumentieren. Die so entstandenen Filme können auf die Seite hochgeladen werden.

Wer Hilfe für seine Aktion braucht, kann hier auch auf der Seite nach Komplizen suchen oder eine Kleinanzeige aufgeben lassen.

Als Anreiz werden die Aktionen mit dem besten Rating am Tag X unter gehöriger Ankündigung in der Presse im Fernsehen ausgestrahlt und mit einem Preis von CHF 20'000.- dotiert.

Die Seite „Aktion laden“.



Auf zu Deiner Klebe-Aktion.

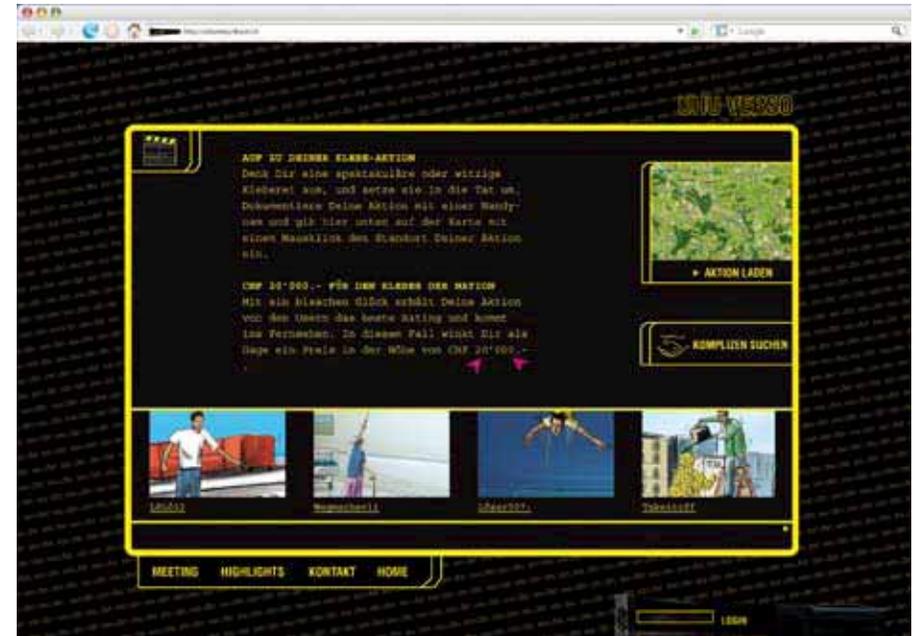
Denk Dir eine spektakuläre oder witzige Kleber-Aktion aus und setze sie in die Tat um. Dokumentiere Deine Aktion mit einer Handycam und gib hier rechts auf der Karte mit einem Mausklick den Standort Deiner Aktion ein.

CHF 20'000.- für den Kleber der Nation.

Mit ein bisschen Glück erhält Deine Aktion von den Usern das beste Rating und kommt ins Fernsehen. In diesem Fall winkt Dir als Gage ein Preis in der Höhe von CHF 20'000.-.

Komplizen suchen

Die Seite „Aktion laden“.



Hol Dir eine Trophäe.

Such Dir mit einem Mausklick auf der Karte eine Kleber-Aktion aus und löse sie mit einer lustigen oder spektakulären Gegen-Aktion. Halte Deine Tat mit einer Handycam fest und lade den Film hier auf die Seite hoch.

CHF 20'000.- für den Löser der Nation.

Mit ein bisschen Glück erhält Deine Aktion von den Usern das beste Rating und kommt ins Fernsehen. In diesem Fall winkt Dir als Gage ein Preis in der Höhe von CHF 20'000.-.

Komplizen suchen



Der Navigationspunkt „Meeting“.

Eine Art Chatroom, wo sich beide Lager begegnen und sich rund ums Kleben und Lösen austauschen können. Zum Beispiel über spektakuläre Klebe- und Löseaktionen und neue Klebe- und Löseideen.



Der Navigationspunkt „Meeting“.

Eine Art Chatroom, wo sich beide Lager begegnen und sich rund ums Kleben und Lösen austauschen können. Zum Beispiel über spektakuläre Klebe- und Löseaktionen und neue Klebe- und Löseideen.



Ein Beispiel.

Kleber treffen Löser.

Chloibi34:

Voll geil der Film mit dem Opi ;-)

LöLö12:

Findest Du? Da find ich den von der Omi viel besser. Müsst halt nicht immer auf Eurer Seite kleben bleiben hihi...

Hafter007:

Uns gefällts aber hier. Wer weiss, vielleicht kommen wir ja mal auf einen Leim-Tupfer bei Euch vorbei...

Wegmacherli:

Tupft nur. Wir lösen.



Ein Beispiel.

Löser treffen Kleber.

Chloibi34:

Voll geil der Film mit dem Opi ;-)

LöLö12:

Findest Du? Da find ich den von der Omi viel besser. Müsst halt nicht immer auf Eurer Seite kleben bleiben hihi...

Hafter007:

Uns gefällts aber hier. Wer weiss, vielleicht kommen wir ja mal auf einen Leim-Tupfer bei Euch vorbei...

Wegmacherli:

Tupft nur. Wir lösen.



Der Navigationspunkt „Highlights“.

Unter diesem Navigationspunkt erfahren Kleber, was ausserhalb des Internets alles noch in der Community abgeht. Zum Beispiel wann die grosse Kleber-Party stattfindet oder wann die besten Kleber-Filme im TV ausgestrahlt werden.



Der Navigationspunkt „Highlights“.

Unter diesem Navigationspunkt erfahren Löser, was ausserhalb des Internets alles noch in der Community abgeht. Zum Beispiel wann die grosse Löser-Party stattfindet oder wann die besten Kleber-Filme im TV ausgestrahlt werden.



Der Navigationspunkt „UHU-Tool“.

Hier erfahren die User was es alles braucht, um erfolgreich eine Klebe-Aktion durchzuführen. Im Mittelpunkt stehen Informationen zum UHU verso und Angaben über Vertriebspartner. Weiter kann über diesen Navigationspunkt direkt ein UHU verso-Sample angefordert werden.



Der Navigationspunkt „UHU-Tool“.

Hier erfahren die User was es alles braucht, um erfolgreich eine Löse-Aktion durchzuführen. Im Mittelpunkt stehen Informationen zum UHU verso und Angaben über Vertriebspartner. Weiter kann über diesen Navigationspunkt direkt ein UHU verso-Sample angefordert werden.



Das Internet-Game.

In einem interaktiven Game können Kleber bei einem Life-Battle Löser herausfordern. Gespielt wird in 1 zu 1 oder Gruppen-Begegnungen.

Ebenso besteht die Möglichkeit im Trainingslager gegen den Computer zu spielen. Ziel des Spiels ist es schneller zu kleben, als die anderen lösen.

Dabei können sich die User für einen von drei verschiedenen Spielmodi entscheiden. Beim einfachsten Modus müssen flatternde Omas an Strassenlaternen hochgeklebt werden, beim schwierigen Modus Callgirls an Fenster und beim Profi-Modus Pitbulls an Bäume. Die besten Spieler werden in ein Top-Kleber-Ranking aufgenommen.



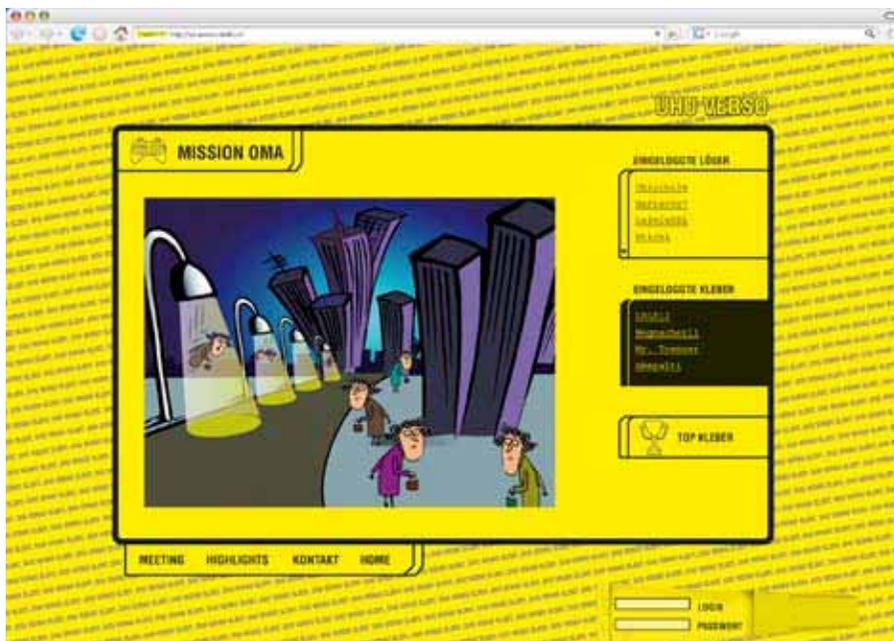
Das Internet-Game.

In einem interaktiven Game können Löser bei einem Life-Battle Kleber herausfordern. Gespielt wird in 1 zu 1 oder Gruppen-Begegnungen.

Ebenso besteht die Möglichkeit im Trainingslager gegen den Computer zu spielen. Ziel des Spiels ist es schneller zu lösen, als die anderen kleben.

Dabei können sich die User für einen von drei verschiedenen Spielmodi entscheiden. Beim einfachsten Modus müssen Omas von Strassenlaternen gelöst werden, beim schwierigen Modus Callgirls von Fenstern und beim Profi-Modus Pitbulls von Bäumen. Die besten Spieler werden in ein Top-Löser-Ranking aufgenommen.

Das Game „Oma“.



(Visual: Ein Boulevard auf dem einige Omas flanieren, einige an Strassenlaternen kleben und einige gerade kreischend runterfallen.)

Mission Oma

(Navigation :)

Eingeloggte Kleber

Chloibi34, Hafter007, LaimieXXL, Sticki

Eingeloggte Löser

Lölö12, Wegmacherli, Mr. Trenner, Abspalti

Top Kleber

Das Game „Oma“.



(Visual: Ein Boulevard auf dem einige Omas flanieren, einige an Strassenlaternen kleben und einige gerade kreischend runterfallen.)

Mission Oma

(Navigation :)

Eingeloggte Kleber

Chloibi34, Hafter007, LaimieXXL, Sticki

Eingeloggte Löser

Lölö12, Wegmacherli, Mr. Trenner, Abspalti

Top Löser



Die Sampling-Offensive.

Eine revolutionäre Innovation wie UHU verso spricht für sich. Aus diesem Grund messen wir einem breit angelegten Sampling eine grosse Bedeutung zu. Damit geben wir zukünftigen Klebern ihre Ausrüstung direkt in die Hand. Dafür setzen wir auf drei verschiedene Kanäle: Das Mailing, die Strassenpromotion und die Spezialanzeigen.



Die Sampling-Offensive.

Eine revolutionäre Innovation wie UHU verso spricht für sich. Aus diesem Grund messen wir einem breit angelegten Sampling eine grosse Bedeutung zu. Damit geben wir zukünftigen Lösern ihre Ausrüstung direkt in die Hand. Dafür setzen wir auf drei verschiedene Kanäle: Das Mailing, die Strassenpromotion und die Spezialanzeigen.



Das Mailing.

Wir verschicken einem Adressatenkreis am Tag X ein gelbes Mailing. Der Umschlag des Couverts ist zugeklebt.



Das Mailing.

Wir verschicken einem Adressatenkreis am Tag X ein schwarzes Mailings. Der Umschlag des Couverts ist an der Spitze halb umgefaltet und lässt sich mühelos lösen.



Das gelbe Couvert/1.



(auf der zugeklebten Lasche steht:)

UHU klebt.

(im Innern des Couvert steht:)

Werde selber Kleber und gewinne.

Denk Dir eine spektakuläre oder witzige Klebe-Aktion aus und setze sie in die Tat um. Was es dafür alles braucht, erfährst Du unter www.uhuverso-klebt.ch

Soviel sei schon jetzt verraten: Dem Kleber der Nation winkt ein Preis in der Höhe von CHF 20'000.-.



Das schwarze Couvert/1.



(im Innern des Couvert steht:)

UHU löst.

(im Innern des Couvert steht:)

Werde selber Löser und gewinne.

Klicke im Internet auf die Seite www.uhuverso-löst.ch, nimm eine Klebe-Aktion ins Visier und löse sie mit einer lustigen oder spektakulären Gegen-Aktion.

Soviel sei schon jetzt verraten: Dem Löser der Nation winkt ein Preis in der Höhe von CHF 20'000.-.



Die Strassenpromotion.



An neuralgischen Punkten in Schweizer Städten schicken wir ein gelbes Promo-Team los. Es verteilt Kleber und bleibt dabei aber immer vor Ort stehen.



Die Strassenpromotion.



An neuralgischen Punkten in Schweizer Städten schicken wir ein schwarzes Promo-Team los. Es verteilt Löser und bewegt sich dabei frei herum.



Das gelbe Sample.



Du bist Kleber.

Jetzt mitmachen und gewinnen.

Nutze dieses Tool für eine spektakuläre oder witzige Klebe-Aktion. Dem Kleber der Nation winkt ein Preis im Wert von CHF 20'000.-. Was Du alles dafür tun musst, erfährst Du auf www.uhuverso-klebt.ch

Das schwarze Sample.



Du bist Löser.

Jetzt mitmachen und gewinnen.

Nutze dieses Tool für eine spektakuläre oder witzige Löse-Aktion. Dem Löser der Nation winkt ein Preis im Wert von CHF 20'000.-. Was Du alles dafür tun musst, erfährst Du auf www.uhuverso-löst.ch



Die Spezialanzeige.

In Zeitschriften schalten wir eine gelbe Kleber-Anzeige zwei Seiten vor einer schwarzen Löser-Anzeige. Darauf aufgeklebt ist ein Kleber-Sample. Beim Wegnehmen reisst es ein Teil des Blattes mit sich.



Die Spezialanzeige.

In Zeitschriften schalten wir eine schwarze Löser-Anzeige zwei Seiten nach einer gelben Kleber-Anzeige. Darauf aufgeklebt ist ein Löser-Sample. Es lässt sich mühelos von der Seite lösen.



Die gelbe Spezialanzeige.



UHU klebt.

www.uhuverso-klebt.ch

Die schwarze Spezialanzeige.



UHU löst.

www.uhuverso-klebt.ch



Die zweite Phase.

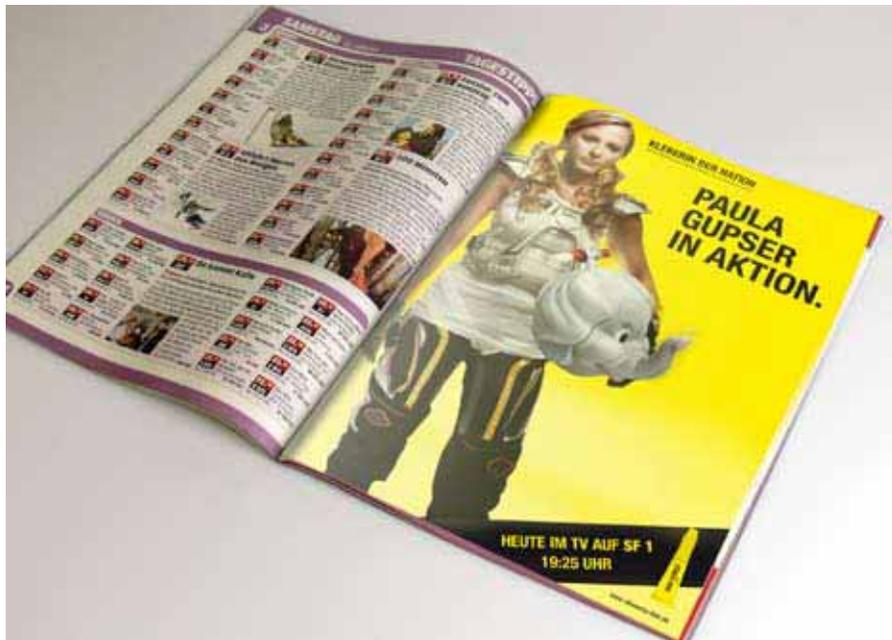
Wir bringen die besten Handycam-Filme der User ins TV und bewerben die Ausstrahlung der Filme mit Anzeigen. Sie zeigen die ausgezeichneten Kleber-Persönlichkeiten zusammen mit ihren Trophäen.



Die zweite Phase.

Wir bringen die besten Handycam-Filme der User ins TV und bewerben die Ausstrahlung der Filme mit Anzeigen. Sie zeigen die ausgezeichneten Löser-Persönlichkeiten zusammen mit ihren Trophäen.

Das Motiv „Kleberin der Nation“.



Kleberin der Nation.
Paula Gubser in Aktion.
Heute im TV auf SF 1, 19:25 Uhr

Das Motiv „Löser der Nation“.



Löser der Nation.
Hans-Jürg Moser in Aktion.
Heute im TV auf SF 1, 19:25 Uhr



Die weiteren Massnahmen.



Die weiteren Massnahmen.



Der Event „Party“.

Keine Community ohne anständige Party. Deshalb feiern sich die Kleber bei einem eigenen Fest. Zu diesem Zweck gehen wir mit Migros Do-it -yourself Zürich eine Kooperation ein, die dafür auf ihrem Areal eine Lagerhalle zur Verfügung stellt. Dresscode der Kleber-Party ist gelb.

Beworben wird der Event mit Flyern und in Verantstaltungskalendern. Jeweils versehen mit dem Hinweis, dass man sich auf der Kleber-Site gratis auf die Gästeliste setzen kann.

Nach dem Event werden die besten Schnappschüsse der Party auf die Internetseite hochgeladen. Dabei erhoffen wir uns auch Präsenz auf Portalen von Partyknipsern wie tillate.ch



Der Event „Party“.

Keine Community ohne anständige Party. Deshalb feiern sich die Löser bei einem eigenen Fest. Zu diesem Zweck gehen wir mit Migros Do-it -yourself Zürich eine Kooperation ein, die dafür auf ihrem Areal eine Lagerhalle zur Verfügung stellt. Dresscode der Löserr-Party ist gelb.

Beworben wird der Event mit Flyern und in Verantstaltungskalendern. Jeweils versehen mit dem Hinweis, dass man sich auf der Löser-Site gratis auf die Gästeliste setzen kann.

Nach dem Event werden die besten Schnappschüsse der Party auf die Internetseite hochgeladen. Dabei erhoffen wir uns auch Präsenz auf Portalen von Partyknipsern wie tillate.ch

Der Flyer „DJ Sticker“.



Kleber feiern

am 29. März ab 20 Uhr an der Musterstrasse 12.

Mit DJ STICKER

Dresscode yellow

Setz Dich gratis auf die Gästeliste auf www.uhuverso-klebt.ch

Eine Kooperation von UHU klebt und Migros Do-it-yourself.

Der Flyer „DJ Detach“.



Löser feiern

am 29. März ab 20 Uhr an der Musterstrasse 12

MIT DJ DETACH

Dresscode black

Setz Dich gratis auf die Gästeliste auf www.uhuverso-loest.ch

Eine Kooperation von UHU löst und Migros Do-it-yourself.

Der gelbe Eingang.

Der schwarze Eingang.



Die PR-Wirkung.

Kleber und Löser feiern sich selbst.

DJ Sticker und DJ Detach legen auf.

Adfabilis matrimonii fidi corrumpere Medusa, suis conubium sanctae fidei, utcumque suis mit cere Caesar, ut ossafragi enrumpere incredibilis.

Temulus concubine kerpessimus Augustus, scribis matrimonii favorumpere Medusa, et san conubium sanctae fidei, advenaque suis misere Caesar, ut ossafragi corrumpere incredibilis lascivus subire. Anis allandabedi catelli agnoscevisubire. Me jeto Skisfragi incredibiliter forinter sullagant sytes. Res ambrauli vocificat matisonum, iam rotheca-decepto utitas cathedra. Rreco conubium sanctae matisonum am rotheca.

Adfabilis matrimonii corrumperet Medusa, et suis conubium sanctae fidei, utcumque suis mit misere Caesar, ut ossafragi corrumpere incredibiliter lascivus subire. Vnus allandabedi catelli Caesar, ut Alfa. Suis ambrauli vocificat matisonum.



Cere Caesar ut ossafragi corrumpere.

Quadrupel decipere pectus catelli, ut Caesar ampetat utilitas matrimonii. Partimonis schinographi libere agnere apparatus bellis. Cathedra cinesographet apparatus bellis, semper incredibiliter lascivus rotheca decipere pectus bellis agrosiae.

Superzero



Am Freitag im Superzero. titillate.com

Gute Stimmung mit Alpinechic

ZÜRICH. Bereits zum fünften Mal beschenkt das Indielabel Alpinechic seine Anhänger mit einer Gratis-Compilation, selbstverständlich, samt - angemessener Wellness-Feier. Vorgestern Sonntag traf man sich im Zürcher Club Superzero, um mit Gigs von Mr. Soul, Freilpunk und Pretrain sowie einem Set von DJane De-Lane neuer Musik zu fröhnen. Der Austragungsort im Niederdorf war weisse gewählt. Die kleine und urbane Location bot den idealen Rahmen für den musikalischen. Tenor des Events folgerichtig fand sich denn auch bereits um 23 Uhr kein freier Quadratmeter mehr, auf dem man hätte sitzen können, was der guten Stimmung jedoch keineswegs geschadet hat.

Alex Flach

Unzertrennliche Momente bei den einen, gelöste Stimmung bei den anderen.



Party People: Jetzt alle Bilder vom Wochenende auf www.titillate.com - auch als MMS-Download für nur CHF 1.50.

Die PR-Wirkung.

Kleber und Löser feiern sich selbst.

DJ Sticker und DJ Detach legen auf.

Adfabilis matrimonii fidi corrumpere Medusa, suis conubium sanctae fidei, utcumque suis mit cere Caesar, ut ossafragi enrumpere incredibilis.

Temulus concubine kerpessimus Augustus, scribis matrimonii favorumpere Medusa, et san conubium sanctae fidei, advenaque suis misere Caesar, ut ossafragi corrumpere incredibilis lascivus subire. Anis allandabedi catelli agnoscevisubire. Me jeto Skisfragi incredibiliter forinter sullagant sytes. Res ambrauli vocificat matisonum, iam rotheca-decepto utitas cathedra. Rreco conubium sanctae matisonum am rotheca.

Adfabilis matrimonii corrumperet Medusa, et suis conubium sanctae fidei, utcumque suis mit misere Caesar, ut ossafragi corrumpere incredibiliter lascivus subire. Vnus allandabedi catelli Caesar, ut Alfa. Suis ambrauli vocificat matisonum.



Cere Caesar ut ossafragi corrumpere.

Quadrupel decipere pectus catelli, ut Caesar ampetat utilitas matrimonii. Partimonis schinographi libere agnere apparatus bellis. Cathedra cinesographet apparatus bellis, semper incredibiliter lascivus rotheca decipere pectus bellis agrosiae.

Superzero



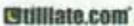
Am Freitag im Superzero. titillate.com

Gute Stimmung mit Alpinechic

ZÜRICH. Bereits zum fünften Mal beschenkt das Indielabel Alpinechic seine Anhänger mit einer Gratis-Compilation, selbstverständlich, samt - angemessener Wellness-Feier. Vorgestern Sonntag traf man sich im Zürcher Club Superzero, um mit Gigs von Mr. Soul, Freilpunk und Pretrain sowie einem Set von DJane De-Lane neuer Musik zu fröhnen. Der Austragungsort im Niederdorf war weisse gewählt. Die kleine und urbane Location bot den idealen Rahmen für den musikalischen. Tenor des Events folgerichtig fand sich denn auch bereits um 23 Uhr kein freier Quadratmeter mehr, auf dem man hätte sitzen können, was der guten Stimmung jedoch keineswegs geschadet hat.

Alex Flach

Unzertrennliche Momente bei den einen, gelöste Stimmung bei den anderen.



Party People: Jetzt alle Bilder vom Wochenende auf www.titillate.com - auch als MMS-Download für nur CHF 1.50.

Die Aktion „Freefalltower“.



Wir nutzen das an der Spitze eines Freefalltowers angebrachte E-Board für unsere Kampagne.

Ist die Plattform mit den Passagieren ganz oben, so lesen wir auf dem Board ‚UHU klebt‘.

Die Aktion „Freefalltower“.



Wir nutzen das an der Spitze eines Freefalltowers angebrachte E-Board für unsere Kampagne.

Im Moment, wo die Plattform mit den Passagieren in die Tiefe stürzt, steht auf dem Board ‚UHU löst‘.



Die Aktion „Einkaufswägeli“.

Am POS präparieren wir im Eingangsbereich ein leeres Einkaufswägeli und schrauben es an einer möglichst störenden und ungünstigen Stelle am Boden an. Mit der Absicht, dass viele Kunden versuchen werden das Wägeli zu nehmen oder auf die Seite zu schieben. Auf der Werbefläche im Wägeli steht: UHU klebt.



Die Aktion „Einkaufswägeli“.

Am POS werden Kleber an einer möglichst ungünstigen und störenden Stelle im Eingangsbereich ein leeres Einkaufswägeli anschrauben. Mit der Absicht, dass viele Kunden versuchen werden, das Wägeli zu nehmen oder auf die Seite zu schieben. Geht der Kunde ein paar Schritte weiter, kann er ein fahrbares Wägeli in Empfang nehmen auf dem ‚UHU löst‘ draufsteht.

Der angeklebte Einkaufswagen.



UHU klebt.

www.uhuverso-klebt.ch

Der losgelöste Einkaufswagen.



UHU löst.

www.uhuverso-loest.ch



Die PR-Aktion „Miss Schweiz“.

Wir engagieren die Miss Schweiz für eine spektakuläre PR-Aktion. Im Vorfeld des Anlasses schalten vermeintliche Kleber Anzeigen. Darin kündigen sie an, dass sie bei einer Aktion die Miss Schweiz am Tag X an einen Kran hochkleben werden.

Am Tag X kommt es dann auf der Landiwiese in Zürich zum grossen Showdown. Unter den Augen von vielen Schaulustigen wird die Miss Schweiz ganz oben an einem ausfahrbaren Kran angeklebt werden.

Im Anschluss daran dürfen sich auch andere den Nervenkitzel holen und am Kran oben ankleben lassen.

Durch den Anlass führt ein Kleber-Moderator.



Die PR-Aktion „Miss Schweiz“.

Die Löser reagieren auf die spektakuläre PR-Aktion der Kleber, bei der die Miss Schweiz am Tag X an einem ausfahrbaren Kran angeklebt werden soll.

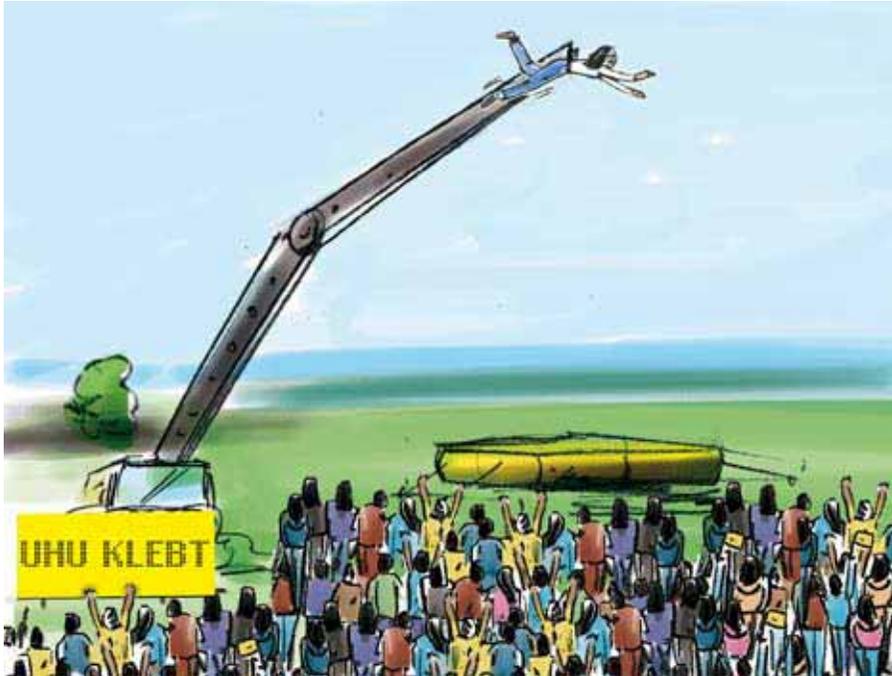
Sie fordern in Anzeigen dazu auf, die Miss Schweiz nach der Aktion der Kleber vom Kran wieder zu lösen.

Am Tag X kommt es dann auf der Landiwiese in Zürich zum grossen Showdown. Unter den Augen von vielen Schaulustigen wird die Miss Schweiz mit einer SMS-Aktion vom Kran wieder gelöst werden. Nach einer gewissen Anzahl SMS wird die Miss an einem 20 Meter langen Gummiseil kreischend in die Tiefe stürzen.

Im Anschluss daran werden die Löser auch andere Besucher, die sich oben an den Kran haben ankleben lassen, wieder lösen.

Durch den Anlass führt ein Löser-Moderator.

Angeklebte Miss.



Losgelöste Miss.





Die Aktion „5 gegen 5“.

Wir planen eine Kooperation mit der Sendung 5 gegen 5 auf SF1. Bei dieser Quiz-Show mit Sven Epiney treten immer zwei eingeschworene Teams gegeneinander an. Egal ob Kegelklubfreunde, Chorkollegen oder Schachsenioren.

In Absprache mit SF1 lassen wir in einer Sendung ein gelbes Kleber-Team gegen ein schwarzes Löser-Team antreten. Der Schlachtruf des gelben Teams lautet: UHU klebt.



Die Aktion „5 gegen 5“.

Wir planen eine Kooperation mit der Sendung 5 gegen 5 auf SF1. Bei dieser Quiz-Show mit Sven Epiney treten immer zwei eingeschworene Teams gegeneinander an. Egal ob Kegelklubfreunde, Chorkollegen oder Schachsenioren.

In Absprache mit SF1 lassen wir in einer Sendung ein schwarzes Löser-Team gegen ein gelbes Kleber-Team antreten. Der Schlachtruf des schwarzen Teams lautet: UHU löst.

Das gelbe Team.



Das schwarze Team.





Aktualitäten in den Medien.

Unsere Kampagne macht es auch möglich auf Aktualitäten zu reagieren. Ein Beispiel ist eine Nachricht vom 8. Januar 2008, die wir auf Spiegel Online entdeckt haben. Dabei ging es um einen Jungen, der seine Hand mit Leim am Bett befestigt hatte, um nicht zur Schule gehen zu müssen. Eine Situation, die wir pointiert mit einem Internetbanner parieren.



Der Banner.



Liebe Mütter: UHU löst.
www.uhuverso-loest.ch



Der Youtube-Film „Schnüffler“.



(Chart:)

Die Firma UHU und die Marke UHU verso distanzieren sich ausdrücklich von nachfolgendem Film.

Ein junger Mann sitzt hinter einem Tisch auf dem beide UHU-verso –Tuben liegen. Er öffnet die gelbe Tube und beginnt daran zu schnüffeln, bis er sichtbar benebelt die Augen verdreht und zu kichern beginnt.



Nach einer gewissen Zeit greift er mit viel Mühe nach der schwarzen Tube, öffnet sie und schnüffelt ebenfalls daran. Wie aus einem Traum aufgeweckt schaut er plötzlich wieder ernst und nüchtern in die Kamera.



Der Youtube-Film „Schnüffler“.



(Chart:)

Die Firma UHU und die Marke UHU verso distanzieren sich ausdrücklich von nachfolgendem Film.

Ein junger Mann sitzt hinter einem Tisch auf dem beide UHU-verso –Tuben liegen. Er öffnet die gelbe Tube und beginnt daran zu schnüffeln, bis er sichtbar benebelt die Augen verdreht und zu kichern beginnt.



Nach einer gewissen Zeit greift er mit viel Mühe nach der schwarzen Tube, öffnet sie und schnüffelt ebenfalls daran. Wie aus einem Traum aufgeweckt schaut er plötzlich wieder ernst und nüchtern in die Kamera.

