



Marken

Branders, Studio Schoch

Immersive Branding für Café Royal: Ein Lebensgefühl wird zum Experience-Pop-up

Gemeinsam haben das Management und Marketing-Team von Café Royal, die Brandingboutique Branders, die Brand Experience Agentur Campbell & Jones und die Designagentur Studio Schoch das neue Lebensgefühl von Café Royal, «Be Royal», in ein Immersive-Branding-Erlebnis verwandelt.



1 / 2

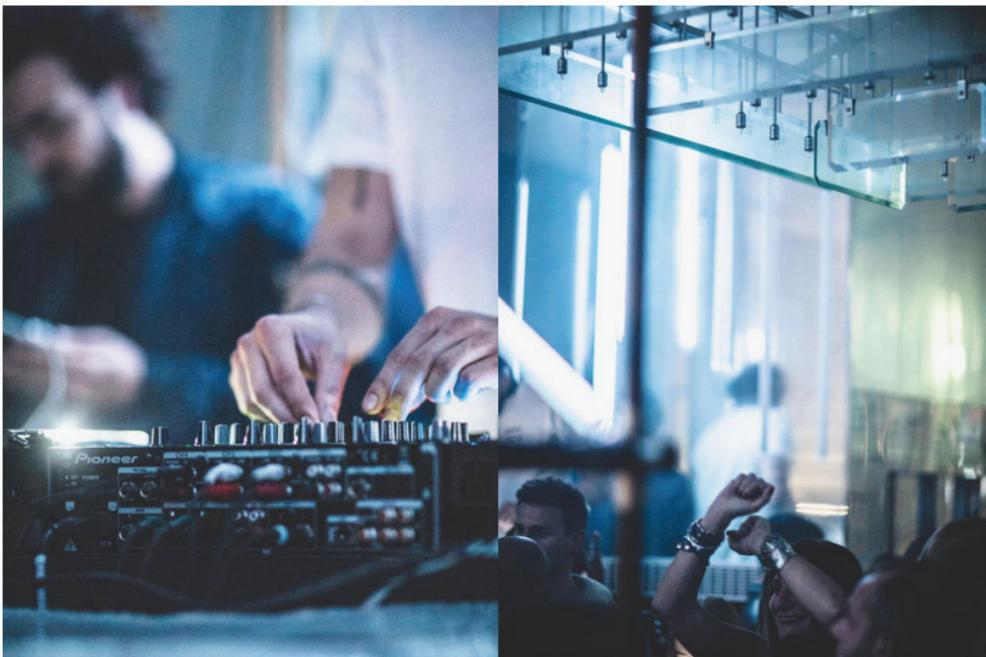
Entstanden ist ein involvierendes Konzept, das die Aktivierung der ganzen Stadt, das Event und das Storytelling auf allen Kanälen umfasste.



Heute zählen echte Erlebnisse mit einer Marke, die bleibende Erinnerungen hinterlassen, mehr denn je. Wie könnte man ein Lebensgefühl besser vermitteln, als es selbst zum Erlebnis zu machen? Darum haben das Management und Marketing-Team von Café Royal, die Brandingboutique Branders, die Brand Experience Agentur Campbell & Jones und die Designagentur Studio Schoch ein einzigartiges Immersive-Branding-Konzept erschaffen, bei dem «Be Royal», das neue Lebensgefühl der Marke, zur gelebten Realität wird. Mitten in Zürich entstand ein einzigartiger Ort, um sich in geschütztem Rahmen auszuleben, seine Grenzen auszutesten und Mut zu beweisen. Ein Ort, um royal zu sein – auf die ganz eigene Art und Weise. Auf das Publikum warteten fünf Herausforderungen in fünf verschiedenen Räumen: Boxkämpfe im «Fight Club», Zufallstattoos im «Tattoo-omat», Virtual-Reality-Nervenkitzel im «Phobia Room», Auftritte im «Performance Room» oder die Kraft der Zerstörung im «Demolition Room».



Live-Performances und Wildplakate in der ganzen Stadt hatten im Vorfeld auf das Experience-Pop-up neugierig gemacht. Das FivePounds wurde mit dem Call-to-Action-Hashtag #Ihaveguts vermarktet und präsentierte die Marke Café Royal in Paid Media, in der Location selbst und in Social-Media-Posts als Botschafterin mutiger Augenblicke und sorgte damit für den gewünschten Imagetransfer.



In den vier Wochen, die das FivePounds geöffnet hatte, sorgte es für hohes Engagement auf Social Media – weit über den eigenenFivePounds-Instagram-Account hinaus. Viele posteten selbst ihre Erlebnisse und wurden damit zu Botschaftern des FivePound-«Spirits» und zu dessen Multiplikatoren. Ihre persönlichen Erlebnisse und «royalen» Momente mit Café Royal werden ihr Bild der Marke von jetzt an prägen.





Verantwortlich bei Café Royal: Roman Sonders (Global Head of Marketing & Communication), Janna Opelt (Marketing Communication Manager), Magdalena Blonkiewicz (Marketing Communication Manager), Nadine Behling (Head of Content Creation). **Verantwortlich bei Branders:** René Allemann (CEO), Thom Pfister (Creative Director), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Thea Ferretti (Director Communications), Luisa Ender (Junior Brand Consultant), Caroline Spoerry (Junior Brand Consultant), Martin Fähndrich (Video Journalist), Katja Wölfel (Senior Copywriter). **Verantwortlich bei Campbell & Jones:** Marc Steimer (Co-Founder), Oscar Martin (Co-Founder). **Verantwortlich bei Studio Schoch:** Dominik Schoch (Head of Studio Schoch/Owner), Tina Fuchs (Head of Innovation/Consulting Director), Laura Haas (Design).