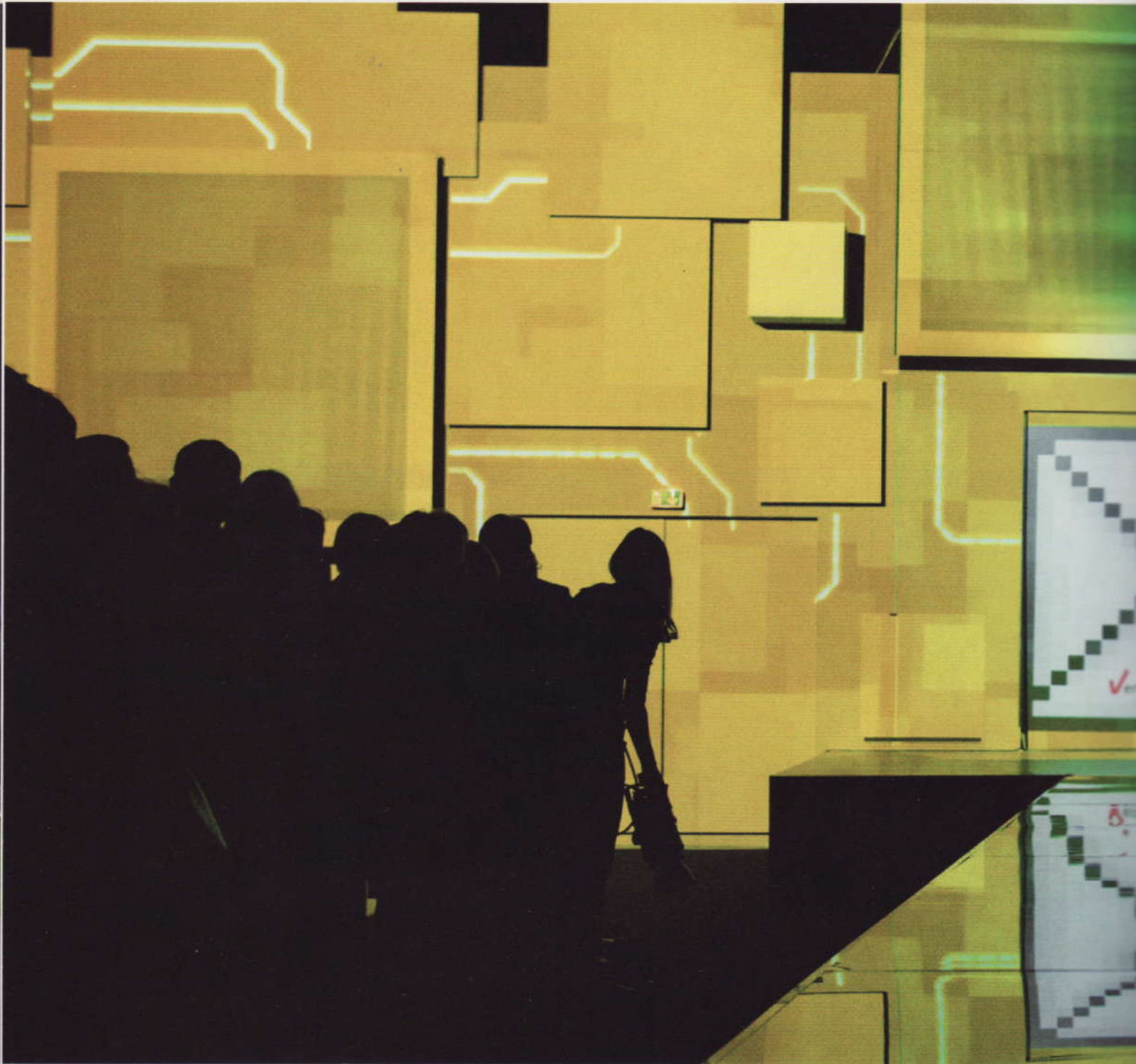


CORPORATE EVENT

# Deutsche Post: The E-Postbrief Uniplan

Location: Postbahnhof Berlin and Group Headquarters Bonn, Germany





Der E-Postbrief wurde mit einer bundesweiten cross-medialen Kampagne eingeführt, in deren Mittelpunkt ein TV-Spot stand. Teil der Kampagne waren zwei Live-Events, die das politische Berlin sowie Geschäftskunden in Bonn vom neuen Produkt begeistern sollten.

The E-Postbrief was introduced with a nationwide cross-media campaign, at the centre of which was a TV ad. Two live events that were designed to generate the enthusiasm of political Berlin and business customers in Bonn for the new product were part of the campaign.



Die Botschaft: Der E-Postbrief ist die Zukunft des Briefes im Internet und steht für die neue vertrauliche, verlässliche und verbindliche Kommunikation im Web. Frisch, innovativ, selbstbewusst – so sollen E-Postbrief und Deutsche Post wahrgenommen werden.

Die Idee: Look-and-Feel sowie Story des TV-Spots werden in ein raumgreifendes 360°-Erlebnis übertragen. Die Gäste kommen in der „unsicheren“ Internetwelt an, veranschaulicht durch dunkle, sich überlagernde Bildwelten. Erst der Auftritt des Vorstandsvorsitzenden und des Briefvorstands auf originalen Post-Fahrrädern lässt einen Steg leuchtend gelb erstrahlen – und bringt Licht ins Dunkel der Bühne:

Das „Portal der Verlässlichkeit“ entsteht. Die Gäste betreten nach der Inszenierung durch das Portal die „heile“ Welt des TV-Spots – gleichzeitig die Party-Area des Events.

The message: The E-Postbrief is the future of Internet-based letter communications and stands for a new confidential, reliable and binding form of communication on the web. Fresh, innovative, self-confident – this was how the E-Postbrief and Deutsche Post were to be perceived.

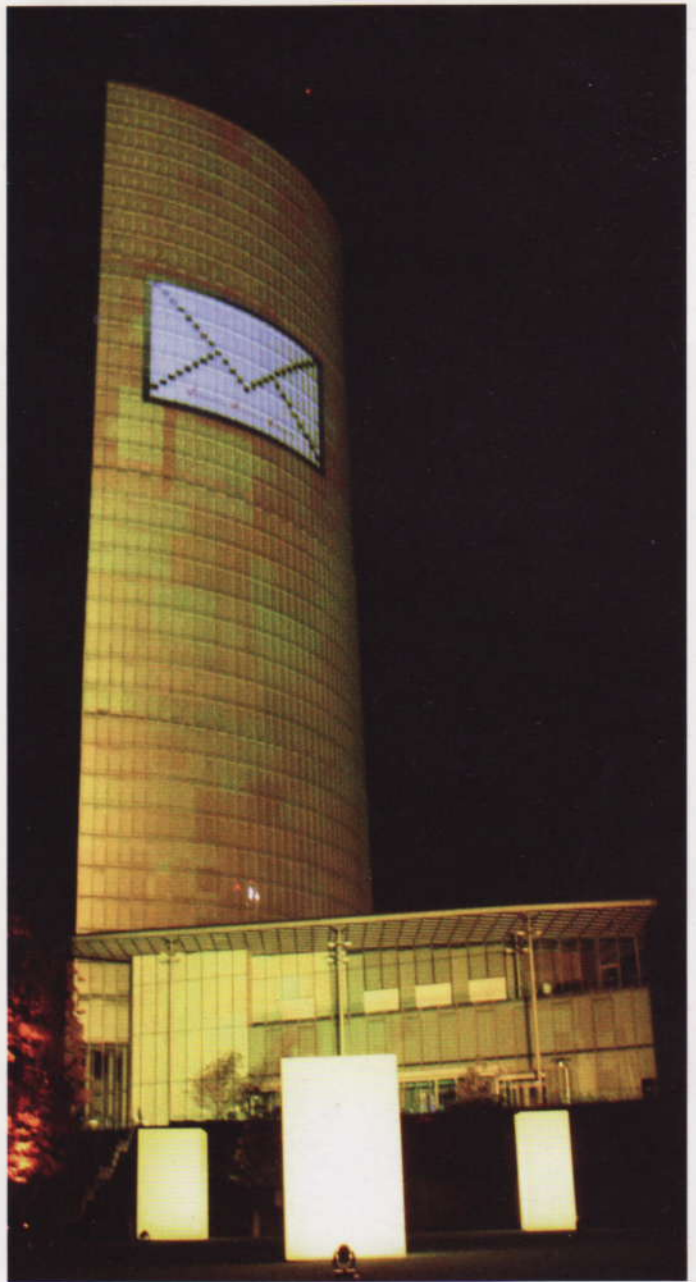
The underlying idea was to take the look and feel as well as the storyline of the TV ad and turn them into a space-enclosing 360° brand experience. The guests arrived in the "unsafe" world of the Internet, conveyed by dark, overlapping images. The appearance of the company's CEO and the CEO of its mail division on original delivery bicycles made a catwalk shine in a bright yellow colour – and lighted up the darkness of the stage:

The "gateway of reliability" appeared. The guests passed through the gateway and into the idealized world of the TV ad, which also served as the event's party area.



Einige Tage später wird das Event in Bonn wiederholt. Dort findet es in einem Zelt vor der Konzernzentrale statt, parallel wird der Post Tower auf 162 m Höhe als Medienfassade bespielt – mit Motiven rund um den E-Postbrief. Auch hier wird stark symbolisch gearbeitet und durch helle Farben und klare Motive ein positiv besetzter Wertekanon vermittelt.

A few days later, the event was repeated in Bonn. There, it was held in a tent structure in front of the Group's Headquarters, with the 162 m high Post Tower serving as a projection surface for diverse E-Postbrief motifs. Here as well, great use was made of symbolism. Bright colours and clear motifs conveyed a canon of values with positive connotations.



**Agency** Uniplan GmbH & Co. KG, Cologne **Client** Deutsche Post AG, Bonn **Location** Postbahnhof Berlin, Group Headquarters Bonn **Month/Year** October, November 2010 **Duration** Two days **Conception/Dramaturgy** Uniplan, Tobias Stupeler, Deutsche Post DHL (Heike Humpf) **Direction/Coordination** Uniplan (Veit Rotthoff, Eva Pehle), Deutsche Post DHL (Christine Malek) **Architecture** Lennart Günther – urbanshapes, Berlin **Graphics/Communication** Uniplan, Gunnar Peters **Media** flora&faunavisions, Berlin, ADC Production, Zaventem **Lighting** L2-Licht, Cologne **Film** flora&faunavisions **Music/Artists/Showacts** 15/08 Entertainment, Cologne **Decoration/Setting** drei d medien service, Berlin, DEKO-Service Lenzen, Lohmar **Catering** Catering's Best, Berlin and Cologne **Construction** drei d medien service, DEKO-Service Lenzen **Photos** Frank Rothe, Berlin, Kay Herschelmann, Berlin, Rudolf Wichert, Neuss, Rüdiger Kloep, Cologne