



- GRAFIKDESIGN ▾
- PRODUKTDESIGN ▾
- MEDIENDESIGN ▾
- AGENDA ▾
- HOCHSCHULEN & STUDIUM ▾
- AGENTUREN & MARKEN



Das ist der neue Markenauftritt der Riem Arcaden

06. April 2018



Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu. Weitere Informationen

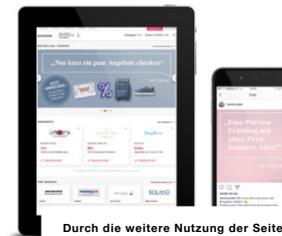
Akzeptieren

Das Münchner Shoppingcenter Riem Arcaden positioniert sich neu und präsentiert das emotionale Corporate Design aus der Feder von Bloom in einer ersten charmant gestalteten Kampagne. Im Fokus stehen dabei die vielen guten Gründe für einen Besuch der Shopping-Destination.

Ob täglicher Lebensmittelbedarf oder ausgedehnte Shopping-Trips: Für einen Ausflug in die [Riem Arcaden](#) gibt es viele gute Gründe. Genau das spiegelt auch der aufmerksamkeitsstarke Markenauftritt wieder, der seit der Eröffnung des 20.000 Quadratmeter großen Erweiterungsbaus Ende März sichtbar ist. Entwickelt und umgesetzt wurde dieser von [Bloom](#). Die Agentur mit Sitz in München und Nürnberg zeichnet zudem für das ganzheitliche Kommunikationskonzept verantwortlich. So sollen die USPs stark nach außen getragen, die Marke emotional aufgeladen und Events, Neueröffnungen, u.v.m. optimal begleitet werden. Der Etat-Vergabe war ein Pitch mit drei Agenturen vorausgegangen.

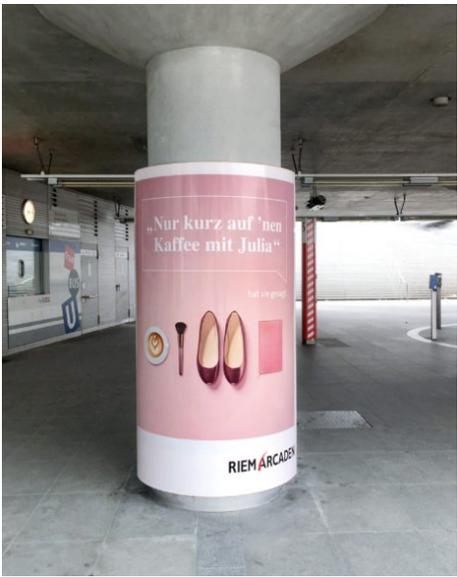
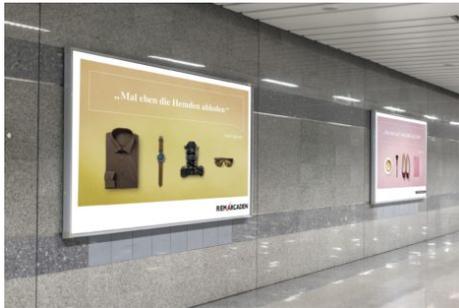
Neben drei Imagemotiven und insgesamt 15 Anlass- und Aktionsmotiven hat das kreative Team auch Formadaptionen für sämtliche Media Outlets konzipiert. Die Visuals vermitteln das vielfältige Shopping-Angebot und dass es immer einen guten Grund gibt, um „mal eben kurz“ in die Riem Arcaden zu gehen. So werden der schnelle Kaffee, kundenorientierte Services oder das verlockende Treueprogramm sympathisch mit dem großen Sortiment an trendigen Produkten verknüpft. Im Fokus der Launch-Kampagne steht die plakative Bildsprache, die einen hohen Wiedererkennungswert auf allen Kanälen sicherstellt. Zum Einsatz kommt diese nicht nur online in Ads und Social Media sondern auch in Print und Out of Home.

„Wir freuen uns sehr darüber, dass wir für eine lokale Münchner Institution wie die Riem Arcaden kommunikativ umfassend begleiten dürfen“, erklärt Holger Wiesenfarth, Geschäftsführer bei Bloom, München. „Mit unserem Creative-Solutions-Team haben wir hierfür ein differenzierendes und modernes Konzept entwickelt.“



Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu. Weitere Informationen

Akzeptieren



By: Bloom Tags:

Auch interessant
**Neues Branding für Wagner
architecture**

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu. Weitere Informationen



China macht den Klon



MetaDesign gibt der Transformation von E.ON ein Gesicht

Mit einer von Grund auf neu geschaffenen Marke startet E.ON in die Energiezukunft

0 Kommentare

Schreibe einen Kommentar

Kommentar

Name *

Email

Webseite

Ich bin kein Roboter.

reCAPTCHA
Datenschutzerklärung · Nutzungsbedingungen

Kommentar Abschicken