

# WONDERLANDMOVIES PRINT TRIFFT VIDEO-PERSONALISIERUNG

Da, wo Print und Bewegtbild allzu häufig in Konkurrenz zueinanderstehen, bringt die *Wonderlandmovies GmbH*, Deutschlands Pionier bei der Videopersonalisierung und bei datengetriebenen Kampagnen, beides als gleichberechtigte Teile in Projekten zusammen. Mit großem Erfolg.

Text und Bilder: *Wonderlandmovies*

**A**ls Pionier der Videopersonalisierung hat die *Wonderlandmovies GmbH* in den letzten zwölf Jahren nicht nur die technischen Möglichkeiten der Videopersonalisierung weiterentwickelt, sondern auch deren Inhalte und Einsatzmöglichkeiten. Aus der Verknüpfung von Print und personalisierten Videos entstehen heute multidimensionale Umsetzungen, die jeden einzelnen Kunden ganz persönlich ansprechen und deshalb ein Vielfaches erfolgreicher sind als Standard-Lösungen.

Denn personalisierte Kommunikation und personalisierte Produkte bedienen ein emotionales Grundbedürfnis der Menschen: Den Wunsch als einzelner gesehen zu werden. Gleichzeitig sind personalisierte Produkte und Kampagnen auch auf rationaler Ebene effizienter, weil sie auf Basis digitaler Daten und User-Profilen jedem Empfänger maßgeschneiderte Angebote machen können.

## Video und Print

Die Verknüpfung von Print und Videopersonalisierung kann dabei auf vielfältige Weise geschehen. Wie beim *Wonderlandmovies*-Projekt *Coca-Cola*.

Anlässlich einer Freundschaftskampagne hatte *Coca-Cola* das Angebot gemacht, den *Coke*-Schriftzug auf der Flasche durch



Die *Share-a-Coke*-Kampagne im Jahr 2013 war nicht nur ein Riesenerfolg wegen der digital gedruckten Labels, sondern auch wegen der Videos mit den tanzenden Flaschen.

den eigenen Vornamen zu ersetzen. Dazu wurden zunächst Millionen von *Coke*-Flaschen mit den häufigsten Vornamen bedruckt und in den Handel gebracht. Die Nachfrage wurde dann über ein personalisiertes Musik-Video stimuliert. Dieses konnte auf der Micro-Website der Kampagne auf Knopfdruck erstellt werden, in dem drei Vornamen der engsten *Facebook*-Freunde gewählt wurden, die dann gemeinsam mit dem eigenen Namen auf tanzenden Flaschen im Video zu sehen waren.

Zusätzlich konnte auf der Microsite eine *Coke*-Flasche mit einem eigenen, selbst gewählten Namen bestellt werden. Der Erfolg der personalisierten Kampagne und der Verkauf der individuell gelabelten Flaschen waren so groß, dass die Aktion von Europa aus in die ganze Welt adaptiert wurde. Bei *Coca-Cola* sorgten die personalisierten Printlabel der Flaschen

gemeinsam mit den Print-Werbemitteln im Handel für Aufmerksamkeit, um den Verkauf vor Ort zu stimulieren. Das personalisierte Musikvideo unterstützte die Nachfrage durch seinen Unterhaltungswert, verbunden mit dem Aha-Effekt der Personalisierung, was zu Hunderttausenden Videos führte und ein Vielfaches an Social-Media-Shares.

## Klappkarte mit integriertem Display

Eine andere Form des Zusammenspiels von Print und Videopersonalisierung realisierte *Won-*

ger wird auf der Karte als auch im Video persönlich angesprochen und als personalisierter Absender wird der zuständige Verkaufsförderer in beiden Medien-Ebenen integriert.

Eine weitere Lösung für die mediale Verknüpfung zwischen Print und personalisierten Videos ist die Nutzung von QR-Codes. Technisch sind die Möglichkeiten der Videopersonalisierung nahezu unbeschränkt. Die Einbindung von Namen, Orten und anderen Daten sind durch Audiopersonalisierungen möglich, bei denen der Empfänger zum Beispiel von



Print und Video bilden bei dieser Video-Card eine Einheit.

*derlandmovies* für *MAN*. Auf einer hochwertig bedruckten Video-Card (Klappkarte mit integriertem Display) wurde ein personalisiertes Video eingebunden, das dem Empfänger einen persönlichen Blick in die Zukunft mit *MAN Trucks* werfen lässt.

Zu den wichtigsten Informationen, die auf der Klappkarte kommuniziert werden, addiert das personalisierte Video das emotionale Erlebnis als gefühlter Fahrer des Trucks. Der jeweilige Empfän-

ger wird auf der Karte als auch im Video persönlich angesprochen wird. Und die Entwicklung unter anderem mit Einbindung von KI-Lösungen geht konsequent weiter.

> [www.wonderlandmovies.de](http://www.wonderlandmovies.de)



*Wonderlandmovies* ist ebenfalls auf der *Print & Digital Convention* in Düsseldorf vertreten.



**Museum  
für  
Druckkunst  
Leipzig**

# **Kulturerbe Drucktechnik Erleben**

**[druckkunst-museum.de](http://druckkunst-museum.de)**

**Tragen Sie dazu bei, die Drucktechniken  
zu bewahren und lebendig zu vermitteln!**

**Spendenkonto:**

**IBAN DE92 8605 5592 1100 3969 14**



Eintrag im  
Bundesweiten Verzeichnis  
Künstlerische Drucktechniken des  
Hochdrucks, Tiefdrucks, Flachdrucks,  
Durchdrucks und deren Mischformen