



Motiv der Festivaltour (Foto: East End)

East End geht mit Melitta 2017 auf Festivaltour

## Im Wohnzimmer

East End zeichnet verantwortlich für das Konzept und die Umsetzung der Melitta Festivaltour 2017. Die Agentur für Markenerlebnisse bringt eigens für die drei Musik-Festivals Rock am Ring, Hurricane und Lollapalooza das Melitta Festival Wohnzimmer in die Campbereiche und die Melitta CoffeeBars direkt auf die Festivalgelände.

Das 150 Quadratmeter große und zweistöckige Melitta Festival Wohnzimmer soll einen Gegensatz zum Festival-Betrieb darstellen und die Marke in ungewohntem Umfeld in Szene setzen. Das Erdgeschoss ist wohnlich eingerich-

tet und lädt die Festivalbesucher zum Kaffeein. Zeitgleich können die Besucher ihre Smartphones aufladen und über das kostenfreie WLAN ihre Erlebnisse teilen. Die Dachterrasse sorgt für Sichtbarkeit und verschafft den Besuchern einen Überblick über das Geschehen. Begleitend gibt es zahlreiche Aktionen, wie zum Beispiel Tattoo-Airbrush und eine Photobooth im Melitta Festival Wohnzimmer. Für den Kaffeegenuss auf dem Festivalgelände sorgen Melitta CoffeeBars im Umfeld der Hauptbühne.

Melitta will lässig und sympathisch wirken und mit dem augenzwinkernden Mot-

to „Friede, Freude, Beats & Bohne“ mit Lifestyle verbinden.

„Das Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten der Konsumenten hat sich verändert“, erklärt Oliver Golz, Gründer und Geschäftsführer von East End. „Das Melitta Festival Wohnzimmer und die CoffeeBars bieten eine neue und überraschende Plattform, um mit Konsumenten in den direkten Kontakt zu treten. So schafft Melitta ein einmaliges und prägnantes Markenerlebnis, das in Erinnerung bleibt.“

----- INFO: [www.east-end.de](http://www.east-end.de)