



D A S C E N T E R

AM POTSDAMER PLATZ

3D-LED-Werbedisplay im Center

Das Center am Potsdamer Platz und HYGH eröffnen im Center am Potsdamer Platz in Berlin Deutschlands größtes 3D-LED-Werbedisplay mit Kampagnen von Coca-Cola und L'Oréal

- HYGH gibt Startschuss für Werbekampagnen auf 243 m² 3D-LED-Screen
- First-Mover Coca-Cola und L'Oréal setzen auf aufmerksamkeitsstarke 3DEffekte über Eck im Center am Potsdamer Platz
- Auftakt zur Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit WPP Media

Berlin, 14. Juli 2025 – Mit dem offiziellen Kampagnenstart von Coca-Cola und L'Oréal nimmt Deutschlands größtes 3D-LED-Werbedisplay im Center am Potsdamer Platz, ehemals Sony Center, seinen Betrieb auf. Das 243 m² große, über Eck gebaute Display markiert einen neuen Maßstab für digitale Markeninszenierung im öffentlichen Raum. Die von Oxford Properties Germany entwickelte Fläche wird durch den DOOH-Anbieter HYGH vermarktet. Damit werden Marken und Werbetreibenden neue Möglichkeiten eröffnet, urbane Zielgruppen visuell und emotional zu erreichen.

3D-Kampagnen, die im Stadtraum wirken

Coca-Cola und L'Oréal setzen konsequent auf das kreative Potenzial des neuen Formats. Die Kampagnen wurden speziell für die Darstellung in 3D konzipiert – mit Tiefe, Bewegung und starker Raumwirkung.

Die Inszenierungen zielen bewusst auf die Sichtbarkeit im Stadtraum und das Potenzial der digitalen Verlängerung in sozialen Medien ab. Die Umsetzung beider Kampagnen erfolgte über WPP Media. Die aktuelle Kampagne „Share a Coke 2025“ von Coca-Cola steht ganz im Zeichen von Freundschaft, digitalen Erlebnissen und der Verbindung von physischem Raum mit mobiler Aktivierung. „Das 3D-Display im Center am Potsdamer Platz bietet uns die Möglichkeit, emotionale Markenbotschaften in einem urbanen Raum auf ganz neue Weise zu inszenieren – sichtbar, erlebbar und mit echtem Weitererzählpotenzial“, sagt **Alexandra Henning, Senior Manager Marketing, Coca-Cola Deutschland**.

Biotherm, die Nr. 1 Hautpflegemarke im selektiven Markt in Deutschland*, schafft mit der Kampagne zum Launch der neuen Collagen Fit Intensive Hydra Body Creme eine visuell fesselnde Ansprache und nutzt dazu Deutschlands größtes 3D-LED-Werbedisplay. Biotherm steht für Skin Fitness powered by Biotech – hochwirksame Hautpflegeprodukte, die den aktiven Lebensstil unterstützen. „Gemäß unserer Mission „You Work Out, We Work In“ ist es unser Ziel, jedem zu ermöglichen eine fittere Haut zu bekommen. Eine Haut, die jünger, stärker, gesünder aussieht und länger in Form bleibt. Denn mit Biotherm trainierst du deine Haut genauso wie du deinen Körper trainierst“, erklärt **Sarah Senfter, Brand Director Biotherm L'Oréal DACH**.



„Mit dem 3D-Display im Center am Potsdamer Platz schaffen wir eine neue Plattform für digitale Markenkommunikation“, freut sich **Fritz Frey, Gründer und Co-CEO von HYGH** über den gelungenen Kampagnen-Auftakt. „Diese Fläche ist mehr als nur Medium, sie ist ein lebendiger Möglichkeitsraum für Marken, die Teil der urbanen Gegenwart sein wollen. Gleichzeitig steht sie für die mediale Weiterentwicklung des Standorts Berlin: offen, progressiv und international anschlussfähig.“

Ein Standort mit Strahlkraft

Das Display ist eingebettet in die umfassende Neugestaltung des Centers am Potsdamer Platz.

Eigentümer Oxford Properties investiert gemeinsam mit Norges Bank Investment Management rund 300 Millionen Euro, um das Areal als einen modernen, lebendigen Büro-Campus für Arbeiten, Freizeit, Kultur und Genuss neu zu positionieren. Das Display ist dabei ein zentrales Objekt: Architektonisch eingebunden in das lichtbespielbare Glasdach und steuerbare Wasserfontänen, die synchron mit dem Display angesteuert werden können, komplettieren das Bild. „Mit der Neugestaltung des ehemaligen Sony Centers haben wir den Potsdamer Platz nicht nur architektonisch erneuert, sondern auch kommunikativ neu gedacht. Die größte 3D Wall Deutschlands ist dabei ein echtes Highlight. Von der Idee bis zur Umsetzung war es ein anspruchsvoller Prozess, der architektonisch wie technisch Neuland bedeutete.“

Umso mehr freue ich mich, dass wir gemeinsam mit unserem starken Partner HYGH nun eine neue Dimension für Marken im öffentlichen Raum eröffnen“, sagt **Anneke Hasenritter, Asset Managerin im Center am Potsdamer Platz, Oxford Properties**.

Starke Marken, starke Präsenz

Der Startschuss zur Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit WPP Media, die großes Potenzial für innovative Konzepte an diesem Standort sehen. Die kreativen Umsetzungen wurden passgenau für den Screen entwickelt – mit Fokus auf Awareness im realen Raum und in digitalen Netzwerken. „Die Kombination aus Impact-Stärke vor Ort und technologischer Inszenierung macht den Standort für unsere Kunden besonders spannend – ein physischer Anker mit digitaler Verlängerbarkeit, ideal für aufmerksamkeitsstarke, zeitgemäße Kampagnen“, sagt **Simon Chmiel, Managing Partner OOH, WPP Media**.

Technische Spezifikationen:

- 243 m² LED-Display, 90°-Konstruktion über Eck
- Pixelpitch 10 mm, über 5,7 Mio. LEDs
- Anamorphe 3D-Fähigkeit, motion-optimiert
- Ohne Ton, 100 % visuell konzipiert
- Display Maße: 40,50 x 6,0 Meter
- Ausspielung 10.368 x 1536 Pixel
- Synchronisierbar mit Wasserfontänen & Lichtdach





Über HYGH

HYGH ist eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen für digitale, programmatische Außenwerbung (DOOH). Unternehmen jeder Größe und mit jedem Budget können flexibel, günstig und schnell DOOH-Werbung buchen. Mit mehr als 3.300 Displays in 15 deutschen Metropolen ist HYGH weiter auf Expansionskurs. Über die 4 Netzwerke erreichen Werbetreibende wie Deutsche Telekom, Trade Republic oder Spotify ihre Zielgruppe direkt an mehreren Touchpoints entlang der Customer Journey. Die programmatische Buchung ermöglicht flexible Anpassungen und einfache Prozesse, sodass Werbung in wenigen Sekunden auf der Straße zu sehen ist. Das Besondere: HYGH setzt auf hochformatige Displays, die sich deutlich von herkömmlichen Werbeflächen abheben und die Aufmerksamkeit der Passanten anziehen. Dieses spezielle Format ermöglicht es auch, digitale Inhalte problemlos von Social-Media-Formaten auf die HYGH-Netzwerke zu übertragen. Mehr Informationen unter <https://hygh.tech/>

Über Das Center am Potsdamer Platz

Im Oktober 2017 erwarb die Oxford Properties Group zusammen mit Madison International Realty den damals Sony Center am Potsdamer Platz genannten Gebäudekomplex. Seit Juli 2022 ist Norges Bank Investment Management mit 50-prozentiger Beteiligung neuer Partner der Oxford Properties Group. Das im Jahr 2000 nach Entwürfen des renommierten Architekten Helmut Jahn erbaute Center ist ein 113.000 m² großer, gemischt genutzter Gebäudekomplex am Potsdamer Platz im Herzen von Berlin. Es erstreckt sich auf fast sechs Hektar und umfasst acht Gebäude, darunter den Bahntower, 85.000 m² erstklassige Bürofläche, 20.000 m² für Einzelhandel und Freizeit sowie 67 Wohneinheiten. Die moderne Architekturikone ist heute ein Wahrzeichen Berlins und zieht jährlich über sieben Millionen Besucher an. Hauptmieter des Centers sind unter anderem die Deutsche Bahn und WeWork. Zum 31. März 2023 endete die Kooperation über die Namensrechte mit Sony. Seither trägt das Gebäudeareal den Namen „Das Center am Potsdamer Platz“. Im Juni 2025 feiert das Center 25-jähriges Jubiläum, das mit einem vierwöchigen Jubiläum-Erlebnisprogramm vom 17.7. bis 17.8.2025 gefeiert wird.

Weitere Informationen auf www.das-center.com

Pressekontakt Das Center am Potsdamer Platz

Anna-Maria Gerhart

anna-maria.gerhart@smithberlin.com

SMITH Berlin – Agentur für Markenkommunikation

www.smithberlin.de

