JUNGvMATT

SportXX nimmt den Spass ernst

SportXX und Jung von Matt/Limmat lancieren eine neue Markenkampagne, bei der die Freude am Sport im Zentrum steht. Auf allen Kanälen mit dabei: die Mitarbeitenden von SportXX.

MEDIENMITTEILUNG, 27.03.2017

Der gewissenhafte Umgang mit dem Spass ist etwas typisch Schweizerisches. Diesen machen SportXX und Jung von Matt/Limmat nun zum Thema der neuen Markenkampagne „Wir nehmen den Spass ernst". Dem Freizeitsportler geht es primär um die Freude und den Spass an der Aktivität. Damit der Spass noch grösser wird, geben die Mitarbeitenden von SportXX – allesamt selbst Freizeitsportler – Tag für Tag alles. Mit Beratung auf Augenhöhe, ausgezeichnetem Service, Top-Produkten und auch mal mit aussergewöhnlichen Angeboten. SportXX kann so mit Fug und Recht behaupten: „Wir nehmen den Spass ernst".

Zum Auftakt lanciert SportXX das „Hobbysportler-Sponsoring": SportXX sucht Hobbysportler, die – genau wie ein Profi – umfassend beraten und unterstützt werden möchten. Interessierte können sich auf www.sportxx.ch/hobbysportler bewerben.

Jung von Matt/Limmat entwickelte für SportXX die Instagram-Strategie und produziert über das ganze Jahr hinweg Social Branded Content für Instagram.

Die Kampagne startet mit den Themen „Running" und „Bike" sowie dem Hobbysportsponsoring-Aufruf über Social Media.

YouTube Spot „Running Experte": https://youtu.be/SVAVK24i6Aw

YouTube Spot „Bike Experte": https://youtu.be/CXRKUVp8XAs

Instagram: https://www.instagram.com/sportxx_migros

Hobbysportler-Sponsoring: www.sportxx.ch/hobbysportler

JUNGvMATT

Verantwortlich bei SportXX

Roman Reichelt (Leiter Marketing-Kommunikation), Roman Küng (Leiter Kommunikation Fachmärkte), Silvia Girtanner (Leiterin Kommunikation SportXX), Nadia Falce (Projektleiterin Kommunikation SportXX), Sara Grieb (Projektleiterin Kommunikation SportXX), Stefanie Rübenacker (Projektleiterin Kommunikation SportXX), Nora Müller (Projektleiterin Kommunikation SportXX), David Wallmer (Trainee Markomm), Patrick Blum (Projektspezialist Media), Ricarda von Ellerts (Projektleiterin SEA/SEO), Simone Blaser (Projektleiterin Media), Roman A. Müller (Leiter SportXX), Christian Gerlach (Category Manager Schuhe/Outdoor), Martin Bodenmann (Leiter POP Management), Felix Sandhofer (Leiter E-Commerce), Dominique Rubin (Senior Content Manager),

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Dennis Lück (Chief Creative Officer), Rob Hartmann (Creative Director), Johannes Raggio (Creative Director), Hanja Baruschke (Creative Directorin Digital), Christina Wellnhofer (Art Directorin), Michelle Danilschenko (Art Directorin Digital), Manuela Tappe (Art Directorin Digital), Sarah Ming (Texterin), Jan Kempter (Texter), Bettina Ehrismann (Grafikerin), Katja Schlosser (Grafikerin) Marco Dettling (Beratungsgruppenleiter), Jeanette Hummel (Beraterin), Yves Burgener (Berater), Nino Zuberbühler (Berater Digital), Christoph Kinsperger (Senior PR Berater), Cosima Lang (PR Spezialistin)

Jung von Matt/play: Michael Kindermann (Managing Director), Sandeep Abraham (Videographer)

Externe Partner

Pumpkin Film (Produktion), Alex Feil (Regie), Julian Hohndorf (Kamera), Caro Büchel und Christopher Nowak (Producer), Jingle Jungle (Ton/Sound), Daniel Crespo (Account Director, OMD)