

JUNG VON MATT

## **Die Schweizerische Post: Werbung, die ankommt**

**Werbung durch die Post umfasst viel mehr als nur Mailings und Prospekte im Briefkasten - sie bietet integrierte, crossmediale Lösungen für Werbetreibende und Agenturen. Diese Botschaft steht im Zentrum der Awareness- und Positionierungskampagne von Jung von Matt für die Schweizerische Post und ihr Angebot im Rahmen von «Post Advertising».**

MEDIENMITTEILUNG, 27.04.2022

Was bringt Werbung, wenn sie niemand sieht? Diese Frage stellt das von Jung von Matt für «Post Advertising» entwickelte neue Kommunikationskonzept. Das Angebot der Schweizerischen Post umfasst unter anderem Direct-Werbung, OOH und komplett digitale Lösungen und richtet sich an werbetreibende Grossunternehmen, KMUs und Mediaagenturen. Damit liefert die Post auch gleich die Antwort auf die eingangs gestellte Frage: Durch crossmediale und flexible gestaltbare Lösungen kommt Werbung von «Post Advertising» immer da an, wo sie ankommen soll.

Umgesetzt wird das Kommunikationskonzept sowohl extern wie auch intern bei der Post mit Hilfe von dynamischen Bildkonzepten und prägnanten, plakativen Headlines in Online-Werbemitteln, Inseraten, Screens, Social-Media-Assets und auf einer eigenen Website.

Die zugehörige Awarenesskampagne wird über branchenspezifische Print- und Online-Produkte als auch auf Screens in Mediaagenturen ausgespielt und ging am 25. April 2022 in Deutsch und Französisch live.

### **Integrierte Zusammenarbeit und integrierter Look**

In die Kampagne involviert waren mehrere Jung von Matt-Agenturen: Während Jung von Matt LIMMAT übergeordnet für die gesamte Strategie und Kreation verantwortlich war, erstellte Jung von Matt TECH die zugehörige Website ([www.post.ch/advertising](http://www.post.ch/advertising)). Die Website kommuniziert als barrierefreie Landingpage die zentrale Botschaft und das Angebot der Post für Werbekund:innen einfach, klar und mit Fokus auf das Wichtigste. Die Website greift das dynamische Bildkonzept und die Headlines der Awarenesskampagne auf und ergänzt sie durch Animationen, Page Transitions und Dynamic Loading.

Die gesamten Arbeiten orientierten sich wiederum am optimierten Auftritt der Schweizerischen Post, der in Begleitung von Jung von Matt BRAND IDENTITY geschärft wurde.

### **Bild- und Videomaterial:**

<http://gofile.me/6AqSP/RXU9GI0hc>

# JUNGvMATT

## **Verantwortlich bei der Schweizerischen Post**

Martin Bütler (Leiter Marketing & Sales Solutions), Karina Chodorowska (Leiterin Vermarktung Werbung), Fabiène Bachmann (Vermarktung Werbung), Michelle Schneider (Vermarktung Werbung)

## **Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT**

Cansu Sezer (Creative Direction), Frederik Dreier, Elif Soysal (Text), Pia Chlumetzky (Strategie), Anoushé Dastmaltschi (Projektleitung), Thomas Steiner (Chief Client Officer), Carsten Jamrow (Executive Creative Director)

## **Verantwortlich bei Jung von Matt TECH**

Emmanuel Denier (Screen Design), Brian Rossbach (Grafikdesign), Florian Graf, Andrin Gorgi (Content), Manuela Tappe (Art Direction), Amir Ferhatbegovic (UX Consulting), Manuel Meister, Samuel Hauser, Radek Zajac, Dominik Ofiara, Piotr Kamiński, Piotr Skwira (Development), Michael Hümbeli (Projektleitung), Michelle Scholz (Managing Director, Creation & Experience), Stefan Bruggmann (Managing Director, Technical Consulting)

## **Verantwortlich bei Jung von Matt SERVICES**

Jlona Kopf, Fabrizio Rutishauser, Desirée Lanz, Lisa Moser, Chiara Killer (Medienrealisation)

## **Kurzprofil Jung von Matt**

Jung von Matt ist die kreativste Agenturgruppe der Schweiz. Sie umfasst ein Ökosystem aus acht Agenturen und 150 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen. Jung von Matt liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, Mobiliar und Ovomaltine.