

Jung von Matt/Limmat: Die Geneva International Motor Show digital erleben

Als Leadagentur und Digitalisierungspartner der Geneva International Motor Show hat Jung von Matt/Limmat eine globale Kommunikationsstrategie für die Fachmesse entwickelt. Dazu gehören unter anderem eine Native App und eine digital-first Kampagne, die sich an den Bedürfnissen und Interessen der User ausrichtet.

MEDIENMITTEILUNG, 13.12.2019

Die Geneva International Motor Show (GIMS) präsentiert sich ab 2020 mit einem neuen Key Visual – oder besser gesagt mit sehr vielen. Das Key Visual verändert sich konstant auf Basis von Mobilitätsdaten, die in einer - speziell für die Kampagne programmierten - Unity Anwendung verwertet werden. Dadurch wird es möglich, aus jeder Strecke sowohl Printdaten als auch 4K-Animationen zu generieren. Das Key Visual steht damit für den gesamten Auftritt der GIMS: Immer in Bewegung und beeinflusst durch die wichtigsten Entwicklungen im Mobilitätsmarkt.

Das ganze Jahr GIMS

Die neue GIMS-Native App ist der digitale und personalisierbare Begleiter für alle Besucherinnen und Besucher der GIMS 2020. Sie informiert vor, während und nach der GIMS im internationalen Format über Autos und Mobilität. Die begehrten und exklusiven Discovery Drives werden in der App verlost. Und: Erstmals können Tickets via App gekauft werden, wobei Besucherinnen und Besucher von einem Preisvorteil gegenüber dem Ticketschalter profitieren. Ganzjährig relevant bleibt die App auf Grund ihres eigenen Newsstreams.

Digitale Experience

Jung von Matt/Limmat setzt mit der globalen Kommunikationsstrategie konsequent die digitale Experience der GIMS um. «Wir freuen uns sehr, eine legendäre Schweizer Institution wie die Geneva International Motor Show beim Aufbau einer digitalen Experience zu begleiten und ihre Plattform der Zukunft mitzugestalten», sagt Roman Hirsbrunner, CEO von Jung von Matt/Limmat.

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/o4rkmCNAP>

URL: <https://www.gims.swiss/de>

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Cansu Sezer, Niko Pelz, Vitali Peters (Art Direction), Frederik Dreier (Text), Dennis Hoffmann, Philipp Siegenthaler, Florence Scherrer (Strategie), Jasmin Jost, Alexander Thöny (Projektleitung), Britta Hartleb, Jan Rohleder (Projektleitung Digital), Michel Nellen (PR), Nick Schoberth (Client Direction), Vera Riemeier (Executive Project Director), Carsten Jamrow (Executive Creative Director), René Schwarz (Chief Experience Officer), Dennis Lück (Chief Creative Officer), Cyrill Hauser (Chief Client Officer)

Verantwortlich bei Jung von Matt/impact

André Heller, Linda Simonetti, Dominik Habermacher (Media)

JUNGvMATT

Kurzprofil Jung von Matt/Limmat

Jung von Matt/Limmat ist die kreativste Agentur der Schweiz (Platz 1 im Kreativranking 2017 und 2018). Die 1993 gegründete Agentur vereint ein Team von 120 Experten aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach. Jung von Matt/Limmat liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Migros, Mobiliar und Ovomaltine. Die Agentur steht für exzellente Kreativkultur, die unterhält oder unterstützt – aber niemals unterbricht.