

## **Die Post zeigt, wie massgeschneidert sie ist.**

**In der neuen Kampagne von Jung von Matt beweist die Post, dass sie Leistungen bietet, die direkt auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen.**

### **Medienmitteilung, 6.10.2016**

Es gibt Leistungen und Services der Post, die direkt fürs Leben gemacht wurden und die die Bedürfnisse der Kunden perfekt aufgreifen. Unter dem Motto „Post senden und empfangen, wann und wo sie wollen“ wird dies nicht nur humorvoll, sondern auch kontext-relevant dargestellt.

Mehr als 100 Headlines wurden, online wie offline, genau dort platziert, wo sie das Interesse der Kunden tatsächlich abholen. Des Weiteren wurden vier Online-Spots entwickelt. Die filmischen Shortstories zeigen, dass wenn man sich beim Virtual-Reality-Game den Zeh angeknackst hat, nicht mehr weiss, wo das eigene Zuhause ist oder man einfach die Klingel einmal nicht hören will, die Post immer eine Lösung für ihre Kunden hat.

Auf der Kampagnensite [www.meinepost.ch](http://www.meinepost.ch) können die User dann wählen, welcher Service genau der Richtige für sie ist. Mit den Zeit-, Themen- und Standort-spezifischen Botschaften ist es der Post gelungen, eine Kampagne zu entwickeln, die nicht nur massgeschneidert sagt, sondern auch massgeschneidert ist.

### **Verantwortlich bei der Post**

Roger Renfer (Leiter Marketing Kommunikation), Raphaela Brühlmeier (Fachspezialistin Marketing Kommunikation)

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

Dennis Lück (CCO), Rob Hartmann, Marco Zimmerli (Creative Direction), Nemi Gajic, Ennio Cadau (Text), Monika Arnold, Marie Leggeri, Fabian Nold, Julia Grass, Philipp Siegenthaler (Beratung), Sarida Bossoni (Art Buying)

Jung von Matt/impact: Benjamin Herz (Managing Partner)

### **Externe Partner**

who's mcqueen pictures (Filmproduktion), Jyri Pasanen (Regie), Alex Herzog (Kamera)