

Paul Klee macht Werbung fürs Microsoft Surface Studio

Microsoft Schweiz und Jung von Matt/Limmat positionieren das Microsoft Surface Studio als digitale Leinwand für kreatives Schaffen – und zwar für Laien genauso wie für Profis. Für die Kampagne konnten die Laien Paul Klee, Jean-Pierre Tinguely und Reto Giacometti als Testimonials gewonnen werden.



MEDIENMITTEILUNG, 05.02.2018

Mit dem Surface Studio lancierte Microsoft im Juni 2017 den ersten eigenen All-in-One Desktop-Computer in der Schweiz. Dieser besticht durch sein elegantes Design, ein riesiges Display und die Integration des Surface Dials – ein Bluetooth-Eingabegerät, das kreatives Schaffen erheblich intuitiver und angenehmer gestaltet.

Durchschnittsbürger werden dank Surface Studio zu Künstlern

Für Microsoft Schweiz stand deshalb von Anfang an fest, das neuartige Gerät im Bereich des kreativen Schaffens zu positionieren – und zwar bei einem möglichst breiten Publikum. Denn Kunst bewegt. Zu diesem Zweck entwickelte Jung von Matt/Limmat eine Kampagne, die ganz auf das Thema Enabling von künstlerischem Schaffen ausgerichtet war: Drei Privatpersonen, die zufällig einen berühmten Namen haben, erhielten je ein Surface Studio und wurden von einem professionellen Illustrator eingeschult. Danach waren sie während rund dreier Monate auf sich selber gestellt. Ihr Auftrag: ein Kunstwerk erschaffen.

Die Resultate von Paul Klee, Reto Giacometti und Jean-Pierre Tinguely wurden anschliessend vom 26.-29. Oktober 2017 an der Grafik17 ausgestellt – und beweisen: Auch Personen, die eigentlich nichts mit Kunst am Hut haben, bringen dank Surface Studio innert kurzer Zeit beeindruckende Kunstwerke zu Stande. Ganz nach dem Motto: In jedem von uns steckt ein Künstler! Die Aktion wurde in Form eines Case-Videos festgehalten und auf Youtube veröffentlicht. Und erreichte über 1 Million Zuschauer.

Case-Video «World's Greatest Artists»: <https://www.youtube.com/watch?v=YgxIVHAuPI4>

JUNGvMATT

Weitere Massnahmen für spezifische Zielgruppen

Neben dieser übergeordneten Kampagne setzte Jung von Matt/Limmat weitere Ideen rund ums Surface Studio um, die auf spezifische Zielgruppen zugespielt waren. So wurde die Creative Community in der Schweiz mittels eines Videos aktiviert, das im Rahmen von Live-Demos an der ADC Creative Week und an der Fantasy Basel entstand. Und mit einer Aktion in Zusammenarbeit mit den Kunstschaaffenden Ata Bozaci, Linus von Moos und Daniel Zeltner trat Microsoft in einzelnen Schweizer Städten eine rege öffentliche Diskussion zum Thema Gebäudeverschönerung los.

Bildlegende

Bild 1: Reto Giacometti betrachtet die auf dem Surface entstandenen Werke an der Grafik17.

Bild 2: Paul Klee bespricht mit seiner Frau die ausgestellten Werke am Stand von Microsoft an der Grafik17.

Bild 3: Jean-Pierre Tinguely lässt sich im Rahmen der Grafik17 am Stand von Microsoft mit seinen Werken ablichten.

Bild 4: «Himmelwärts» von Paul Klee, pensionierter Buchhalter aus Basel.

Bild 5: «Printemps» von Jean-Pierre Tinguely, pensionierter Informatiker aus Lausanne.

Bild 6: «Appenzeller» von Reto Giacometti, Student der Agrarwissenschaften an der ETH Zürich.

Verantwortlich bei Microsoft Schweiz

Christoph Glaus (Consumer PR Manager)

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Samuel Wicki, Lorenz Clormann (Creative Direction), Jan Kempter (Text), Johannes Dörig (Art), Nicolas Kucera, Julia Fischhaber, Michel Nellen (Beratung & Media Relations), Fabrizio Rutishauser (DTP), Dennis Lück (Chief Creative Officer), Cyrill Hauser (Executive PR Director), Jan Brem (Freelance-Illustrator)

Jung von Matt/play: Michael Kindermann (Managing Director, Produzent), Sandeep Abraham (Storyteller, Kameramann, Editor)

Jung von Matt/impact: Dominik Habermacher (Managing Partner), Sophie Baumann (Online Marketing)

Externe Partner

ADC Switzerland: Gioia Bozzato (Geschäftsführerin), Hanna Jackl (Projektleitung)

Compresso: Andreas Cueni (Geschäftsführer), Fiona Gruber (Projektleitung), Sabrina Orthen (Projektleitung), Cosima Kehl (Projektleitungsassistentin), Natalie Strüber (Hostesse)