

Jung von Matt/Limmat: Evolution einer Legende

Zweifel und Jung von Matt/Limmat entwickeln in einem engen Kollaborationsprozess die Marke und die Kommunikation einer der beliebtesten Schweizer Kultmarken weiter. Rund um die Zweifel-Chips-Experten entsteht in den nächsten Monaten ein Multichannel-Storytelling-Kosmos, der die Schweizer Kultmarke in eine noch erfolgreichere Zukunft führen soll.

MEDIENMITTEILUNG, 15.04.2020

Die Marke Zweifel hat sich dank herausragenden Produkten und kontinuierlicher Markenführung zu einer der beliebtesten Schweizer Marken entwickelt - die Kommunikation ist bereits heute ein Stück Schweizer Werbegeschichte. Aufgrund vieler neuer Produkte und Kommunikationsherausforderungen konnte die bisherige kreative Stossrichtung aber nicht mehr den heutigen Anforderungen gerecht werden. Daher wurde in einem kollaborativen Prozess zunächst die Kommunikationsstrategie geschärft.

Die Chips-Experten: Fokus auf das Wesentliche

Mit dem bisherigen Versprechen «Dafür tun wir alles» wurden über die Jahre immer wieder neue Beweise erbracht, dass Zweifel alles für die besten Chips tut. Es galt nun, sich wieder vermehrt auf das Wesentliche zu konzentrieren und eine übergreifendere kommunikative Klammer zu finden. Im Zentrum sollte stehen, was für Konsumenten wirklich zählt: Kompetenz, Schweizer Qualität und die einzigartige Leidenschaft für Chips. Auf den Punkt gebracht im neuen Claim: Zweifel - Die Chips-Experten. Das Markenversprechen wirkt innerhalb und ausserhalb des Unternehmens und dient als Klammer für die Zweifel Dachmarke und alle Subbrands.

Die neue Plattform: Chips sind unsere Leidenschaft

Schon seit jeher haben die Chips-Experten alles für die besten Chips getan. Warum? Weil Chips nun mal ihre Leidenschaft sind. Und genau dieser Gedanke steht im Kern der gesamten Kommunikation. Es geht darum, die besondere Haltung zu transportieren, die für alle Zweifel-Mitarbeitenden gleichermaßen gilt: die ausgeprägte Leidenschaft für Chips. Diese findet auf ganz unterschiedliche Art und Weise Ausdruck und ist somit die ideale Basis für ein kanalübergreifendes, authentisches Storytelling.

Eine Story, zahlreiche Produkte und Kanäle.

So stehen die Chips-Experten nun auch im Zentrum der Kommunikation. Die sympathischen Frauen und Männer in den orangen Overalls sind die Helden zahlreicher Geschichten, die im Zweifel-Universum spielen. Das Besondere: Zum ersten Mal überhaupt haben die Chips-Experten eine Stimme. Die Frage, worüber sie denn sprechen, beantwortet sich dabei fast von selbst. In erster Linie natürlich über ihre gemeinsame Leidenschaft: Chips.

Neben TVC und OOH kommen die Experten auch am POS, bei Events, in zahlreichen Online-Werbemitteln, auf der Website von Zweifel und auf Social Media zum Einsatz. Dabei werden über das ganze Jahr hinweg verschiedene Produkte aus dem Zweifel-Sortiment beworben. Den Auftakt macht der Mitte April gestartete Kampagnen-Flight für die extra knusprigen KEZZ Kesselchips.

JUNGvMATT

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/vQrxE4g27>

URLs:

Spot Amerika: <https://youtu.be/VMepW7Ar6-c>

Spot Skala: <https://youtu.be/vshH-W08494>

Verantwortliche bei Zweifel

Roger Harlacher (CEO), Christoph Zweifel (Direktor Marketing & Verkauf), Philip Honegger (Leiter Marketing & Kommunikation), Marc Brändli (Digital Marketing Manager), Pia Gaube (Media & Project Manager), Gina Chiellino (Marketing Coordinator)

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Sören Schröder (Creative Direction), Cla Campell (Text), Luca Schneider, Ian Musgrove (Art Direction), Anne Langer (Strategie), Marcel Walzl (Projektleitung), Cyrill Hauser (Chief Client Officer), Stefan Naef (Chief Consulting Officer)

Externe Partner

Pumpkin Film Ag (Filmproduktion), Sven Germann (Fotograf)

Kurzprofil Jung von Matt/Limmat

Jung von Matt/Limmat ist die kreativste Agentur der Schweiz (Platz 1 im Kreativranking 2017, 2018 und 2019). Die 1993 gegründete Agentur vereint ein Team von 130 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.