

JUNGvMATT

JUNG VON MATT LIMMAT

Decathlon: Inhouse-Entwicklung für Outdoor-Fun

Die Schweiz und Decathlon geben auch diesen Sommer wieder alles in Sachen Sport. In der ersten Image- und Awarenesskampagne von Jung von Matt LIMMAT für den Sportartikel-hersteller frönen sportbegeisterte Schweizer:innen auf Wanderwegen, Biketrails oder dem Paddleboard ihrem Lieblingssport. Gleichzeitig gehen Decathlon-Ingenieur:innen, auch Team-mates genannt, vom Design bis hin zum Testing ihrer Produkte keine Kompromisse ein - und geben alles für das perfekte Sporterlebnis.

MEDIENMITTEILUNG, 13.06.2022

Decathlon und die Schweiz haben eines gemeinsam: Den Drang, im und für Sport alles zu geben. Diese Liebe zum Sport ist auch fest in der DNA von Decathlon verankert. Schliesslich entwickelt das Unternehmen seine Produkte inhouse. Zudem sind sich Decathlon und die sportbegeisterte Schweiz einig: Sport ist mehr als nur das Verbrennen von Kalorien. Sport bereichert den Tag, die Woche, das Jahr und - ohne übertreiben zu wollen - das ganze Leben.

Diese geteilte Freude am Sport steht im Zentrum der Image- und Awarenesskampagne, die Jung von Matt LIMMAT für Decathlon entwickelt hat. Die Kampagne besteht unter anderem aus TVCs und Onlinespots, die sowohl die Schweizer:innen als auch die Decathlon-Teammates in ihrem Element zeigen. Während die einen auf Paddleboards, beim Wandern oder Biken den Sommer geniessen, investieren die Teammates Hunderte von Projektstunden und Produktskizzen in die Entwicklung der besten Produkte für einen unvergesslichen Sportsommer.

Besonders präsent in der Kampagne ist das von Decathlon entwickelte Stand Up Paddleboard 11' ITIWIT, das in den TVCs und Onlinespots auf dem Bielersee in Szene gesetzt wurde. Aber auch bei weiteren Produkten, die im Rahmen der Kampagne vorgestellt werden, wird klar: Der Spass für Sportbegeisterte beginnt schon bei Decathlon im Entwicklungslabor.

Begleitet werden die Bewegtbild-Assets, die seit dem 6. Juni on air sind, durch ergänzende OOH-Massnahmen. Die gesamte Kampagne läuft entsprechend in Deutsch, Französisch und Italienisch.

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/i4WcsQqzz>

YouTube-Links: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLIXbSroCWpXresSwKI9-ejx2tiyZuwD7N>

JUNGvMATT

Verantwortlich bei Decathlon

Martina Garcia (Marketing Campaign Manager), Maryne Fuchs (Leader Communication), Bernard Buono (Buono Bernard Consulting), Luca Zosso (Traffic Acquisition Specialist)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Jacqueline Rufener, Dominique Magnusson (Creative Direction), Tobias Peters (Text), Michel Kissling, Mutasin Grabenhorst (Art Direction), Pia Chlumetzky (Strategie), Andrina Bommer, Fiona Wishart (Beratung), Jasmine Seggiger (Client Director), Luitgard Hagl (Executive Creative Director), Thomas Steiner (Chief Client Officer)

Verantwortlich bei Jung von Matt PLAY

Matthias Fasnacht (Managing Director)

Verantwortlich bei blish

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

Externe Partner:innen

Mediaschneider AG

Henning Helbling, Joscha Schaufelberger

TOAST Agency Switzerland

Antoine Janssens (Director), Florian Fatton (Photographer), Robin Vaneberg (Creative Executive Producer), Alicia Piattini (Head of Production), Tijany Bacci (Composer), Noelia de Jesus (MUA), Dylan Endrion (AC, Drone Pilot), Davide Greco (Colorist)

Kurzprofil Jung von Matt LIMMAT

Jung von Matt LIMMAT ist die kreativste Agentur der Schweiz. Die 1993 gegründete Agentur ist Teil eines Agentur-Ökosystems, das ein Team von 150 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen vereint. Jung von Matt LIMMAT liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, Mobilier und Ovomaltine. Die Agentur steht für eine exzellente Kreativkultur.