

JUNGvMATT

Jung von Matt/Limmat: Züvenirs sorgten für unvergessliche Erinnerungen

Mit Züvenirs und dem Versprechen «Die Erinnerung, die noch auf dich wartet» wurde die Schweiz in diesem Sommer auf allen Kanälen auf Zürich neugierig gemacht. Ziel war es, mit der von Jung von Matt/Limmat und Zürich Tourismus in Co-Kreation entwickelten Kampagne, Feriengäste für die Limmatstadt zu begeistern. Dabei gingen die Kampagne im Storytelling ganz neue Wege. Die mehrstufige Kampagne nutzte die gesamte Klaviatur moderner Kommunikation: Merchandising, exklusive Experiences, Guerilla, PR-Seeding, Influencer-Marketing, Paid Social sowie OOH.

MEDIENMITTEILUNG, 09.09.2020

Das Lebensgefühl von Saint-Tropez, Ibiza, Amsterdam, Reykjavik und Istanbul musste diesen Sommer niemand vermissen. Zürich Tourismus trat den unterhaltsamen Beweis an, dass die Limmatstadt diese sommerlichen Lebensgefühle in sich auf besondere Art vereint.

Start der Story war eine vielfältige Kollektion aus Souvenirs, die die Verbindung zwischen den beliebten Ferienorten und Zürich herstellt. Ein auffällig gebrandeter Truck mit Marktschreibern sorgte anschliessend in Schweizer Städten mit den Züvenirs für Aufsehen. Schnell wurden Journalisten dank gezieltem PR-Seeding aufmerksam und berichteten über die Zürcher Inkognito-Aktion. Diese war so erfolgreich, dass einzelne Züvenirs schon nach wenigen Tagen ausverkauft waren.

Hinweis für Medienschaffende: Hier idealerweise Bilder aus Ordner «Bildwelt Kampagne» einfügen.

Laut und selbstbewusst

Welche möglichen Erinnerungen und Erlebnisse in den Züvenirs stecken, präsentierten Digital Ads, zu den Destinationen passende Multiplikatoren und Influencer aus ganz unterschiedlichen Szenen – von Gastro bis Musik – auf ihren Social-Media-Kanälen. Alle Online-Aktivitäten führten auf den Content-Hub www.zuevenirs.com. Dort konnten User die breit angepriesenen Zürcher Souvenirs nicht nur kaufen, sondern erhielten on top passende Vorschläge für ihren nächsten Trip nach Zürich.

Um die Menschen dort zu erreichen, wo sie sich in einem Schweizer Feriensommer gerne aufhalten, kamen flankierend OOH-Plakate an Schweizer Ausflugs- und Ferienorten zum Einsatz. Gerade dort, wo man sie am wenigsten erwartete, machten die Sujets auf Zürich als vielseitige Sommerdestination aufmerksam.

Hinweis für Medienschaffende: Hier idealerweise Video (<https://youtu.be/t95shMZS3FA>) und Bilder aus Ordner «OOH» einfügen.

Cüpli-Flatrate und Co-Kreation

Zum Schluss winkte mit jeder Bestellung die Chance auf ein unvergessliches Erlebnis-Wochenende in Zürich. So lockte beispielsweise Zü-Tropez mit einer privaten Bootstour inklusive Cüpli-Flatrate, Zükjavik mit einem Outdoor-Adventure auf einer Insel auf dem Zürichsee und Züsterdam mit einem bewusstseinsweiterndem Kunstrundgang. Die Erlebnis-Wochenenden fanden Ende August und Anfang September statt. «Wir zäumten das Pferd von hinten auf: Gestartet mit den Züvenirs landen wir bei den Erlebnissen vor Ort. Diese bilden nun die Brücke zu einem Herbst-Trip nach Zürich. Und nebenbei konnten

JUNGvMATT

wir uns einen Witz auf die Big Apples, Hawaiis und Ko Samuis in anderen Schweizer Kampagnen nicht verkneifen», sagt Martin Sturzenegger, Direktor von Zürich Tourismus. Cyrill Hauser, Chief Client Officer von Jung von Matt/Limmat ergänzt: «Die Züvenirs-Kampagne haben wir in nur fünf Wochen im Co-Kreation-Modus entwickelt und umgesetzt. Als Zürcher Agentur gemeinsam mit Zürich Tourismus Lärm für die Limmatstadt machen zu dürfen, ist unser schönstes Züvenir».

Hinweis für Medienschaffende: Hier idealerweise Bilder aus Ordner «Erlebnisse» einfügen und übriges Bildmaterial.

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

URL: <https://youtu.be/t95shMZS3FA>

Verantwortliche bei Zürich Tourismus

Martin Birrer (Projektleiter Sommer/Area Manager Schweiz, Deutschland), Janine Rupf (Content Marketing), Nathalie Lüthi (Leiterin Marketing), Martin Sturzenegger (Direktor)

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Anouk Karrer (Text), Regine Cavicchioli (Art Direction), Florence Scherer (Strategie), Marianne Sauter, Valérie Gantenbein, Marianne Sauter, Adrian Haut (Projektleitung und PR-Beratung), Jeremy Fennel, Merlin Obrero, Mutasin Grabenhorst (Grafikdesign), Christoph Kinsperger (Executive Strategy Director PR & Content), Carsten Jamrow (Executive Creative Director), Wolfgang Bark (Executive Creative Director), Stefan Naef (Chief Consulting Officer), Cyrill Hauser (Chief Client Officer)

Verantwortlich bei Jung von Matt/impact

André Heller, Matthias Wobrock, Benjamin Herz (Mediaplanung)

Verantwortlich bei Jung von Matt/services

Pepe Kägi, Fabrizio Rutishauser, Jiona Kopf, Desirée Lanz, Chiara Killer (Medienrealisation)

Externe Partner

Aroma

Matthias Berg, Tina Sala und Team (Roadshow)

Filmerei.ch

Sven Rufer, Luzius Müller (Videoproduktion)

Lukas Wassmann, Flavio Karrer (Fotografie)

Adrian Bretscher, Markus Zehnder, Tobias Weinhold, Atila Ulcay (VJs)

Markus Zehnder (Schnitt)

JUNGvMATT

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 Coop, Mobilier und Ovomaltine. Die Agentur steht für exzellente Kreativkultur, die unterhält oder unterstützt – aber niemals unterbricht.