

JUNG VON MATT LIMMAT

PostFinance: Ist doch ganz normal

In der ersten gemeinsamen Kampagne zelebrieren PostFinance und Jung von Matt LIMMAT alles, was doch "ganz normal" ist. Die breit angelegte, integrierte Imagekampagne zeigt der gesamten Schweiz: Vieles, mit dem sich andere Banken rühmen, ist für die PostFinance ganz selbstverständlich. Die weitsichtige Innovatorin steht somit für die Selbstverständlichkeit einer breiten Palette an Services für die vielfältigen Bedürfnisse ihrer Kund:innen.

MEDIENMITTEILUNG, 09.11.2021

Eine Bank, die nicht am Paradeplatz ist? Ist doch ganz normal. In Jogginghosen zur Anlageberatung? Ist doch ganz normal. Twint gegründet, aber nicht damit geflext? Ist doch ganz normal. PostFinance halt.

Gemeinsam mit Jung von Matt LIMMAT lanciert PostFinance eine Imagekampagne, in deren Zentrum eine Botschaft steht, die aus dem alltäglichen Sprachgebrauch stammt. Damit erbringt die Botschaft gleich auch selbst den Beweis, dass vieles für die PostFinance eben «ganz normal» ist.

Der Musik-Spot mit dem eigens produzierten Track, der im Zentrum der Kampagne steht, und die visuellen Assets zeigen den Facettenreichtum der Schweizer Bevölkerung in spontanen Momentaufnahmen. Schnappschüsse aus dem Leben, in denen nicht immer alles perfekt ist. Ganz normal eben.

Der Leitsatz «Ist doch ganz normal» wird prominent in der Imagekampagne eingesetzt und tritt stets in Verbindung mit einer prägnanten Aussage auf, die das Selbstverständnis von PostFinance ausdrückt.

«Mit der aktuellen Imagekampagne tragen wir ganz viel von dem nach aussen, was in unserer DNA als Retail Bank steckt. Wir übersetzen unser Selbstverständnis, unsere Zurückhaltung im Kund:innendialog und im Umgang mit Geld in einen selbstbewussten Auftritt. Dafür haben wir mit der kommunikativen Klammer "Ist doch ganz normal" genau das richtige Instrument. Das perfekte Sprungbrett für ganz viel Haltung im Kontext von innovativen Leistungen, Services und den vielfältigen Bedürfnissen unserer Kund:innen», so Dennis Lengacher, Leiter Marketingkonzeption von PostFinance.

Die Imagekampagne wurde in enger Kollaboration der Teams von PostFinance und Jung von Matt LIMMAT in Rekordzeit umgesetzt: «Die Teams haben sich in kürzester Zeit zu einer Einheit zusammengefunden, die auf Augenhöhe und mit grossem gemeinsamen Verständnis funktioniert hat. Auch hier wurde der Leitsatz der Kampagne in Taten umgesetzt.», sagt Thomas Steiner, Chief Client Officer von Jung von Matt LIMMAT.

Wolfgang Bark, Executive Creative Director von Jung von Matt LIMMAT ergänzt: "Mit dem Leitsatz haben wir eine kommunikative Klammer geschaffen, die zeitlos und universal anwendbar ist. Sowohl nach innen als auch aussen. Sie schlägt die Brücke zwischen Selbstverständlichkeit und Mut und stellt die Kund:innen der Postfinance ins Zentrum».

Die Kampagne läuft seit dem 8. November in allen Landesteilen als TVC, Online-Video, im Radio, an OOH-Stellen, als Display-Werbung und auf Social Media. Zudem wurde sie am 7. November prominent in der Sonntagspresse gefeatured und wird auf TikTok gemeinsam mit Collaborators kreativ interpretiert.

JUNGvMATT

URL: postfinance.ch/ganznormal

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/KN5uggs0R>

Videomaterial:

65sek DE <https://youtu.be/yX7iERUsRMA>

25sek FR <https://youtu.be/314ZLEUJA-8>

25sek IT <https://youtu.be/6Q0CxaCRNo4>

Verantwortlich bei Postfinance

Dennis Lengacher (Leiter Marketingkonzeption), Francisco Moreno (Leiter Marketingkonzeption/-kommunikation), Florian Grützner (Marketing Manager), Jelena Mesic (Marketing Manager), Rose Portmann (Social Media Manager)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Regine Cavicchioli (Creative Direction), Anouk Karrer, Tobias Peters (Text), Jan Theus, Mutasin Grabenhorst (Art Direction), Ian Musgrove, Jeremy Fennel (Grafik), Christian Omlin, Manuela Brunner (Strategie), Marianne Sauter, Sebastian Kaps, Marlies Doppelhammer (Beratung), Jonas Bayona (Social Creative Direction), Wolfgang Bark (Executive Creative Direction), Thomas Steiner (Chief Client Officer)

Verantwortlich bei Jung von Matt PLAY

Constantine Wrage (Agency Production)

Verantwortlich bei Jung von Matt SERVICES

Jlona Kopf, Chiara Killer, Fabrizio Rutishauser, Lisa Moser (Medienrealisation)

Externe Partner:innen

Baris Aladag (Regie), Stephan Burchardt (DoP), Produktion: DerDerler, Jens Derler (Executive Producer), Südlich-t AG (Postproduktion), Flavio Karrer (Fotografie), Musik Produktion: AHOImusic & White Horse Music; Media: Havas Media AG, Claudia Gantenbein, George Bérard

Kurzprofil Jung von Matt LIMMAT

Jung von Matt LIMMAT ist die kreativste Agentur der Schweiz (Platz 1 im Kreativranking 2017, 2018 2019 und 2020). Die 1993 gegründete Agentur vereint ein Team von 140 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen in ihrem Ökosystem. Jung von Matt LIMMAT liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, Mobilair und Ovomaltine. Die Agentur steht für eine exzellente Kreativkultur.