

JUNGvMATT

Jung von Matt LIMMAT

Decathlon: Frühlingsgefühle und eine gemeinsame DNA

In ihrer ersten gemeinsamen Arbeit starten Decathlon und Jung von Matt LIMMAT gemeinsam in den Frühling – und gehen erstmal zelten. Die Outdoorkampagne ist Teil einer umfassenden Markenplattform, die der französische Hersteller und Händler von technischer Sportausrüstung und -bekleidung in der Schweiz lanciert.

MEDIENMITTEILUNG, 26.04.2022

Die Marke Decathlon ist seit 2017 in der ganzen Schweiz mit 23 eigenen Geschäften im Warenhausformat, zwei City-Formaten, drei Manor Shop-in-Shops und einem Decathlon Mountain Store präsent und geniesst vor allem in der Romandie einen hohen Bekanntheitsgrad. Nun will der Sportartikelhändler und -hersteller auch im Rest der Schweiz die Nummer 1 der Sport-Retailer werden. Mit tatkräftiger Unterstützung von Jung von Matt LIMMAT.

Gemeinsam haben die Teams von Decathlon und Jung von Matt LIMMAT eine umfangreiche Werbepattform erarbeitet, die ihren Auftakt im Frühling 2022 mit einer Outdoorkampagne feiert. Im Zentrum steht die weitbekannte Eigenmarke aus eigener Entwicklung: Das Quechua-Zelt von Decathlon. Dank innovativster Technik ist das Zelt in nur zwei Sekunden auf- und wieder abgebaut. In einer breit angelegten Kampagne, die schweizweit ausgestrahlt wird und OOH-, DOOH-Massnahmen sowie Social Media Assets umfasst, lässt das Zelt die Herzen der Outdoor- und Festivalfans höherschlagen.

Im Kern der gesamten Markenplattform und damit auch der aktuellen Kampagne steht die geteilte Sport-DNA der Schweizer:innen und Decathlon. Mit durchschnittlich 4,5 Sportarten pro Kopf haben sich die Schweizer:innen nämlich ganz dem Sport verschrieben. Genau wie Decathlon: Die Mitarbeitenden der hauseigenen Marken entwickeln die Produkte selbst, testen und verbessern sie stetig. Die intern auf Herz und Nieren getesteten Produkte resultieren in einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis für Decathlon-Kund:innen. Ganz im Sinne ihrer Mission, den Sportler:innen das beste Sporterlebnis zu bieten. Ein leidenschaftlicher Brand für eine leidenschaftliche Zielgruppe also – a perfect match.

Bild- Videomaterial:

<http://gofile.me/6AqSP/pDK200Obs>

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, Linus Konetschnig (Text), Michel Kissling, Sarina Pruschy, Mutasin Grabenhorst, Sebastian Danielsson (Art Direction), Pia Chlumetzky, Christian Omlin (Strategie), Andrina Bommer, Vera Riemeier (Beratung), Jasmine Segginger (Client Director), Luitgard Hagl (Executive Creative Director), Stefan Naef (Chief Consulting Officer)

JUNGvMATT

Verantwortlich bei Jung von Matt IMPACT

Ladina Baumann (Media Strategy)

Verantwortlich bei Jung von Matt PLAY

Valentina Buoli (Video Edit), Matthias Fasnacht (Managing Director)

Verantwortlich bei Jung von Matt SERVICES

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

Externe Partner:innen

Mediaschneider AG: Henning Helbig, Joscha Schaufelberger

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, Mobiliar und Ovomaltine. Die Agentur steht für eine exzellente Kreativkultur.