

JUNGvMATT

Jung von Matt LIMMAT: Zum 10-Jährige gits es «Chleiderchäschtli» für Zalando. Und die ganz Schwiiz.

Zalando wird in der Schweiz 10 Jahre alt. In der Jubiläumskampagne feiert Europas führende Online-Plattform für Mode und Lifestyle die Vielfalt des Schweizer «Chleiderchäschtli» - und widmet ihm gemeinsam mit dem Sänger Nemo und der Rapperin KT Gorique einen eigenen Song. Verantwortlich für Konzeption und Umsetzung der 360°-Kampagne, mit dem Song als Herzstück, ist Jung von Matt LIMMAT.

MEDIENMITTEILUNG, 24.09.2021

Zalando, Europas führende Online-Plattform für Mode und Lifestyle, bringt seit zehn Jahren stylische Vielfalt in das «Chleiderchäschtli» der Schweizer:innen. Um das Schweizer Jubiläum gebührend zu feiern, widmen Sänger Nemo und Rapperin KT Gorique Zalando den Song «Chleiderchäschtli». Angelehnt an den bekanntesten schweizerdeutschen Begriff „Chuchichäschtli“, ist das Lied mit der Wortneuschöpfung zugleich Hommage und Dankeschön an die Schweizer Zalando-Kund:innen. Begleitet wird der Song durch eine 360°-Kampagne, bei der die Künstlerin und der Künstler als zentrale Kampagnenbotschafterin bzw. Kampagnenbotschafter auftreten.

Startschuss für die Kampagne – die aus dem Haus von Jung von Matt LIMMAT stammt – ist die Veröffentlichung des Songs am 24. September auf allen gängigen Streaming- und Download-Portalen und im Radio, begleitet durch Influencer-Marketing und Social Content auf dem Facebook- und YouTube-Kanal von Zalando. Ab dem 27. September startet die TV- und Online-Kampagne, ab dem 4. Oktober die OOH-Kampagne in zwanzig Schweizer Städten.

Vielfalt in Musik, Fashion und Lifestyle

Der fünffache Swiss Music Award-Gewinner Nemo war begeistert von der Idee, dem «Chleiderchäschtli» einen eigenen Song zu widmen und damit seinen ersten Mundartsong seit mehr als zwei Jahren aufzunehmen. «Mode wurde mir in den letzten Jahren immer wichtiger. Ich experimentiere auch mal mit Tüll-Röcken oder lackiere mir die Fingernägel. Da ich den Aufstieg von Zalando vom ersten Moment an miterlebt habe, freue ich mich sehr, den Jubiläumssong zur Kampagne beisteuern zu dürfen.» Der 22-jährige Bieler verkörpert damit die Werte von Zalando: Er lässt sich von gesellschaftlichen Konventionen modisch nicht einschränken, shoppt gerne online und hat ein Augenmerk auf Mode, die nachhaltiger produziert wird.

Als Feature Artist steuert die Westschweizer Rapperin KT Gorique eine Strophe des Songs bei. Ihr Reggae, gemixt mit zeitgemäßem Hip-Hop-Sound, ist unverwechselbar. «Die Schweiz mit ihrer Mehrsprachigkeit ist für eine französischsprachige Künstlerin kein einfaches Pflaster, umso dankbarer bin ich Zalando, dass ich der Westschweiz im Song eine Stimme geben darf», so KT Gorique.

Florian Jodl, General Manager Deutschland, Österreich, Schweiz von Zalando, sagt: «Die Schweiz ist einer unserer wichtigsten Märkte. Unser Bekanntheitsgrad von 94 Prozent beweist, dass fast alle Schweizerinnen und Schweizer Zalando kennen. Wir sind für unsere Schweizer Kundinnen und Kunden eine emotionale Marke und sind stolz darauf, seit zehn Jahren das „Chleiderchäschtli“ der Nation zu sein. Mit der Jubiläumskampagne wollen wir uns für das Vertrauen unserer Schweizer Zalando-Kundinnen und -Kunden bedanken.»

JUNGvMATT

Schweizerdeutsch und eigenständig

Die Erfolgsgeschichte von Zalando begann 2008 mit dem Versand von Flipflops innerhalb Deutschlands. Im Oktober 2011 wurde zum ersten Mal die Schweiz beliefert. Damals mit einem besonders helvetischen Werbeslogan: «Schueh und Fashion online poschte». Heute, zehn Jahre später, besticht auch die aktuelle Kampagne durch einen starken Schweiz-Fokus.

«Die Kampagne dreht sich rund um die Wortneuschöpfung „Chleiderchäschtli“ – die in allen Sprachregionen der Schweiz gespielt wird. Durch einen eigenständigen, chartfähigen Song, der gleichzeitig die Künstler:innen und den Brand authentisch repräsentiert, erreichen wir die Herzen der Menschen. Darauf bauen die weiteren Werbemittel auf. Das wurde so bisher selten für den Schweizer Markt umgesetzt. Es freut uns als Agentur darum besonders, dies für Zalando in der Schweiz realisieren zu können», sagt Rob Hartmann, Executive Creative Director von Jung von Matt LIMMAT.

Musik: [lnk.to/chleiderchaeschtli](https://www.instagram.com/chleiderchaeschtli)

Musikvideo: [youtu.be/Fu7kmvb36tw](https://www.youtube.com/watch?v=Fu7kmvb36tw)

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/wZGJt6HeH>

Verantwortlich bei Zalando

Tina Klussmann (Marketing Team Lead AT/CH), Fabienne Bickel (Marketing Manager CH), Lydia Gries (Head of Creative Direction), Yuki Kappes (Art Director), Louise McIlroy (Senior Manager Visual Merchandising), Riani Tanjasila (PR Manager DACH), Max Straubmüller (Senior PR Manager AT/CH), Caroline Reimer (Senior Manager Influencer Marketing DACH), Josephine Hedderich (Copywriter CH-DE), Veronica Bataclan (Copywriter CH-FR), Simone Abati (Junior Retail Manager CH)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Jehmsei Keo (Text), Sebastian Danielsson (Art Direction), Mutasin Grabenhorst (Graphic Design), Michel Nellen (Konzept/Projektleitung), Rob Hartmann (Executive Creative Direction), Fabian Dörr (Client Direction)

Verantwortlich bei Jung von Matt SERVICES

Jlona Kopf, Fabrizio Rutishauser, Chiara Killer (Medienrealisation)

Externe Partner

Nemo & KT Gorique, Bakara Music (Musik), Lina Baumann/Studio Voile (Produktion), Stini Röhrs (Regie), Pierre Castillo (DoP), Diana Pfammatter (Fotografie), Anouck Mutsaerts (Styling), Rachel Bredy (Hair), Helve Leal (Make-up), Mira Zawrzykraj, Raphael Nellen / PRfact (Consumer PR)

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, Mobilier und Ovomaltine. Die Agentur steht für exzellente Kreativkultur.