



Gemeinsam bereit – und was Swisscom dafür tut

Allen aktuellen Schwierigkeiten und Einschränkungen zum Trotz funktioniert die Schweiz weiter – nicht zuletzt dank der schon weit fortgeschrittenen Digitalisierung. Die neue Swisscom Kampagne «Gemeinsam bereit» greift das auf – authentisch, vielfältig, ehrlich. Sie läuft seit 14. April online, im Print sowie im TV.

Ungeachtet der gesundheitlichen und wirtschaftlichen Bedrohung durch den Corona Virus erfahren viele Mitmenschen heute, wie sich ihr Alltag auch digital bewältigen lässt. Gearbeitet wird im Homeoffice, musiziert per Videoanruf und gespielt über Online Games. Der Kontakt zu Freunden und zur Familie wird übers Telefon oder über Videokonferenzen gehalten. So wird Nähe mal ganz anders erlebt. Es ist diese Erfahrung, die Swisscom als Basis für ihre neue Kampagne nimmt. Quasi nach wahren Begebenheiten. Die Kampagne zeigt eine Schweiz im Ausnahmezustand und wie Wirtschaft und Gesellschaft dennoch weiter funktionieren – auch dank der leistungsfähigen Infrastruktur von Swisscom.

Vollständig im Home Office entstanden

«Die Kampagne entstand in derselben Realität, die sie abbildet. Alle, die an der Kampagne mitgearbeitet haben, seitens Swisscom und seitens der Partner, arbeiteten aus dem Home Office», erklärt Felix Zürcher, verantwortlich für die Kampagne bei Swisscom. So entstand nicht einfach eine beliebige weitere Kampagne, die den Corona Virus thematisiert, sondern eine hoch authentische Sicht auf die digitale Schweiz in diesen Zeiten, vielfältig und ehrlich.

Mit dem Kampagnenmotto «Gemeinsam bereit» kommt zum Ausdruck, dass die Menschen in der Schweiz in dieser Zeit digital zusammengerückt sind und das Gemeinsame an Bedeutung gewinnt. «Bereit» beschreibt dabei die Haltung, mit der Swisscom ihr Markenversprechen künftig für Kunden erlebbar machen möchte.» Denn Swisscom unterstützt die Menschen in der Schweiz, bereit zu sein für neue Chancen der vernetzten Welt.



swisscom

Medienmitteilung

Der Regisseur war per Video-Call dabei

Die Kampagne «Gemeinsam bereit» läuft seit 14. April mit TV Spot, Video Ads, Banner, Inseraten, sowie Content-Beiträgen für Privat- und Geschäftskunden. Die gesamte Vorbereitung erfolgte online über Collaboration Tools, Meetings wurden per Video-Call abgehalten. Das Filmmaterial für TV-Spot und Video Ads wurde von Menschen in ihren eigenen Wohnungen per Handy gefilmt. Der Regisseur Michael Fueter war per Video-Call zugeschaltet. Die Umsetzung erfolgte in sehr enger und Zusammenarbeit von Swisscom mit den Partnern Stories (Film), Serge Hoeltschi (Fotografie), 316tn (Produktion Online), Ast und Fischer (Druckvorstufe) und mediaschneider (Media).

Zum TV Spot: https://youtu.be/XtcpM_7QJ1s

Bern, 17. April 2020