

VIOLET

Dachmarkenkampagne #zusammenbringen â€“ BILD

ID: LCG23133 | 17.04.2023 | Kunde: VIOLET | Ressort: Medien
Österreich | Medieninformation

In ihrer ersten großen Dachmarkenkampagne inszeniert die Österreichische Post den Leitgedanken #zusammenbringen – ganz nach dem Credo „zusammenbringen, was uns allen etwas bringt“. Für die kreative Umsetzung zeichnet Team VIOLET verantwortlich.

Bilder & Video zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : ©
Österreichische Post AG

Kampagnenspot auf You Tube: <https://youtu.be/fEg0B7fQGuQ>

Wien (LCG) – Die Österreichische Post startet mit einer integrierten 360-Grad-Kampagne kommunikativ in den Frühling 2023. Kommuniziert wird, was intern schon lange gelebt wird: #zusammenbringen. Unter diesem Claim werden erstmals nicht nur einzelne Produkte und Services beworben, sondern die Post als Dachmarke in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt. Neben sogenannten Above-the-line (ATL) Maßnahmen setzt die Post gemeinsam mit der Customized Hub Agency VIOLET auch auf online Kanäle, Social Media und Newsletter sowie Maßnahmen in ihren Owned Media.

#zusammenbringen – gemeinsam für alle

Als engagierte Arbeitgeberin bringt die Post Menschen zusammen, als nachhaltiges Unternehmen Mensch, Produkte/ Services und Umwelt und als innovatives Zustellunternehmen Innovation mit langjähriger Erfahrung. Die Post und ihre rund 20.000 Mitarbeiter packen an und bringen dabei „zusammen, was uns allen etwas bringt“. Die ungeschriebene Philosophie der österreichischen Post bildet die Klammer sämtlicher Maßnahmen, so auch der unterhaltsamen und

positiv gestalteten TV-Spots, die den Zuseher Storys und Einblicke aus dem Post-Universum bieten.

„Dabei legen wir immer den Fokus auf den täglichen Beitrag unserer engagierten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Sie sind es, die ein tolles Arbeitsumfeld schaffen und die Österreichische Post zu dem nachhaltigen und innovativen Unternehmen machen, das wir kennen und auf das wir alle stolz sind. Für das alles steht #zusammenbringen“, so **Manuela Bruck**, Leiterin Unternehmenskommunikation der Post.

„Der Kampagnenlaunch im Frühjahr 2023 zeigt die Post als moderne und wertschätzende Arbeitgeberin und soll bestehende und potenzielle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen gleichermaßen erreichen. Mit einem zweiten Flight diesen Herbst wird die Brand Story um die Themen Nachhaltigkeit und innovative Dienstleistungen erweitert“, ergänzt **Joanna Klein**, Account Director, Team Violet.

Integrierte 360-Grad-Kampagne

Ganz im Zeichen des Dachmarken-Claims stand auch die Entwicklung und Umsetzung der Kampagne. In einer integrierten Produktion wurden TV-Spots, Out-of-Home-Sujets sowie digitale Storys an einem gemeinsamen Set produziert. Neben dem Leitgedanken teilte man sich so Locations und Darsteller. Kanal-spezifisch aufbereitete Story-Formate ergänzen die klassischen Above-the-line-Maßnahmen. Darüber hinaus rundet das neue Soundbranding der Österreichischen Post die einheitliche Kampagne ab und sorgt auch akustisch für Wiedererkennung.

Credits

Auftraggeberin: Österreichische Post AG

Kreativagentur: Team Violet GmbH

Mediaagentur: adverteer digital advertising services GmbH

Filmproduktion: MXR Productions

Regie: **Barnabas Wilhelm**

Kamera: **Moritz Uthe**

Fotograf: **Raphael Just**

Retusche: **Jürgen Kranzler**

Tonstudio: Innenhof Studios

Soundbranding: un.studios

Litho: Blaupapier

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.

Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf

leisure.at (Schluss)

