

Phase 1: Lebenszeit-Fragen

Fragen stellen, zum Nachdenken anregen, Interesse wecken, aktivieren

Phase 2: Lebenszeit-Antworten

Antworten geben aus Sicht von echten Menschen, inspirieren und emotionalisieren, Interaktion mit der Zielgruppe

Online- & Socialmedia

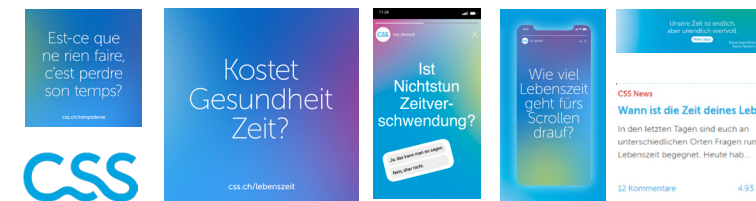
Lebenszeit-Fragen auf: Youtube, Youtube Bumper Ads, Facebook Ads, Video Ads, Native-Ads, Paid Insta-Stories, Mobile Banner Ads, SnapChat, Tiktok, LinkedIn, Pinterest



CTA mit Direkt-Link

Owned Channels: CSS

Lebenszeit-Fragen auf: Newsletter, Facebook-Posts, Instagram Stories, Instagram Posts, Intranet, LinkedIn...



CTA mit Direkt-Link

OOH und DOOH

Über 60 Lebenszeit-Fragen präzise abgestimmt auf Locations und Schaltungs-Umgebung z.B. Bahnhöfe, Flughäfen, Haltestellen, Parkgaragen, usw... Schweizweit, DFI. Von städtischen Megapostern bis hin zu lokalen Plakatstellen. Insgesamt über 3250 APG-Stellen.



CTA mit URL

3 TV-Spots

Auch im Fernsehen unterbrechen wir die lauten und schreierischen Werbeblöcke mit animierten Lebenszeit-Fragen. Komplettonlos. Und schenken den Leuten Zeit, um über die eigene Lebenszeit nachzudenken.



CTA mit URL

Anzeigen (Presse & Magazine)

Print-Anzeigen in allen grösseren Tageszeitungen und Magazinen in der ganzen Schweiz. Jeweils in der regionalen Landessprache (DE/FR/IT): NZZ, Tagi, 20Min, Le Temps, Der Bund, ...



CTA mit URL

CSS Filialen

In über 98 CSS-Filialen, wurden die Lebenszeit-Fragen auf digitalen Screens, in Schaufenstern, auf Stellern und als Bildschirmschoner eingesetzt.



CTA mit URL

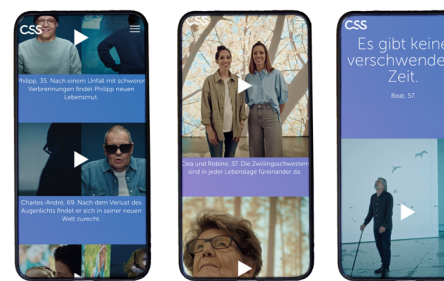
Interne Kommunikation

Ebenfalls wurde die ganze interne Kommunikation unter das Thema „Lebenszeit“ gestellt. Dafür wurden mehr Pausenzeiten eingeräumt, Fragen auf Klebern gestellt, interne Lebenszeit-Events ins Leben gerufen und sämtliche Aufenthaltsräume mit Lebenszeit-Fragen bestückt.



CTA mit URL

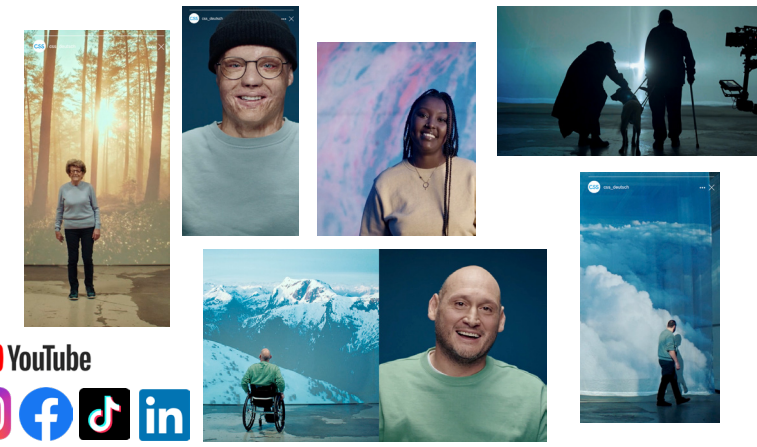
„Unsere Zeit ist endlich, aber unendlich wertvoll.“



Kampagnen-Hub

www.css.ch/lebenszeit

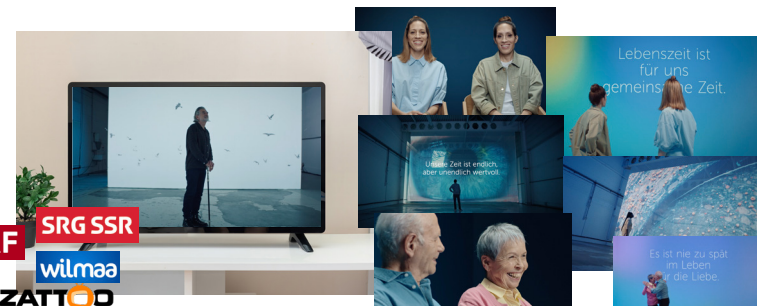
- Manifest und Manifesto-Film, der die Haltung der CSS zur Lebenszeit erklärt.
- 12 berührende Longform-Stories, als Antworten auf die Lebenszeitfragen
- Lebenszeit-Strassenumfrage mit Antworten aus der Bevölkerung
- Behind the Scenes Material von den Filmdreh
- Interaktive Gesundheitsberatung für eine erfüllte Lebenszeit
- Tools, Versicherungen und Tipps für einen gesunden Umgang mit der eigenen Lebenszeit



12 Longform-Content-Stories

In 12 persönlichen, intimen, berührenden und inspirierenden Longform-Stories, werden verschiedene Perspektiven auf die Lebenszeit beleuchtet. Diese werden in voller Länge auf der Landingpage gespielt. Und als **Cutdowns, Bumper-Ads, Reels, Stories, Boosted Stories und Ads** auf: Instagram, Facebook, Tiktok und Youtube.

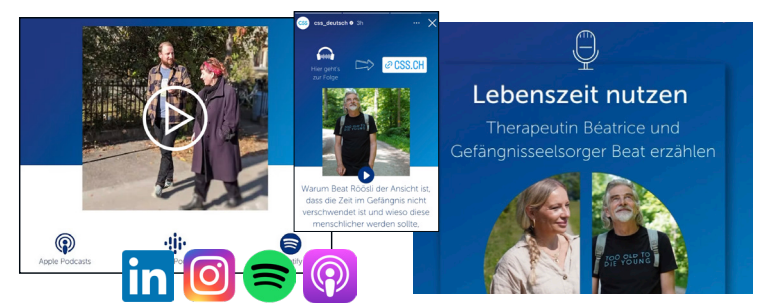
CTA mit Direkt-Link



2 TV-Spots

Zwei TV-Spots, die aus den den besten Szenen der 12 Longform-Stories geschnitten sind, funktionieren als Trailer für die 12 Langformate auf der Landingpage. Und geben dem TV-Publikum einen ersten Geschmack rund um die Lebenszeit-Kampagne.

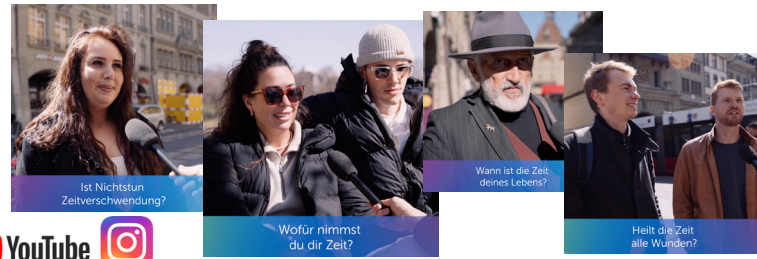
CTA mit URL



Podcast-Serie „Lebenszeit“

Eine Podcast-Serie lässt die unterschiedlichsten Persönlichkeit von Gefängnisseele, über Forscher, bis hin zu Restauratorinnen zum Thema „Lebenszeit“ zu Wort kommen. Ausgespielt über Spotify, Insta LinkedIn und Apple Podcast, wie auch auf dem Kampagnen-Hub.

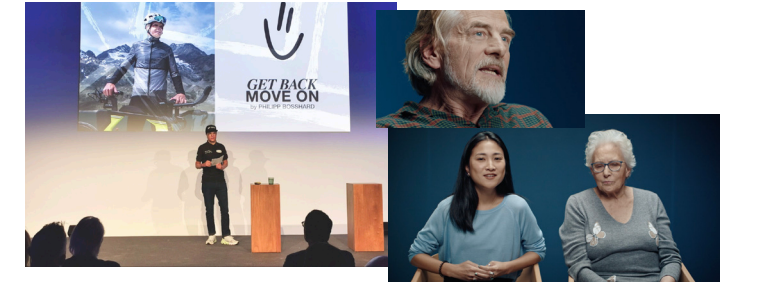
CTA mit Direkt-Link



Strassen-Umfragen

Zudem wurden Antworten zu Lebenszeit-Fragen von Menschen auf der Strasse eingefangen. Ein Content-Format in 3 Sprachen, ausgespielt in Insta-Stories, auf Youtube und dem Kampagnen-Hub.

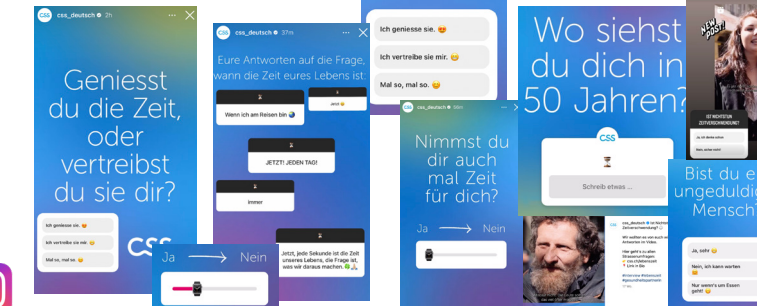
CTA mit URL



CSS Lebenszeit-Speeches

Eine Vortragsreihe zum Thema Lebenszeit für die CSS Mitarbeiter:innen im Hauptsitz Luzern. In denen die Protagonisten aus den Longform-Stories ihre Lebenszeit-Tipps und -Insights als Motivation auf den Weg geben.

Verweis auf die Stories



Socialmedia-Studie

Über die Owned-Channels wurden Antworten von allen Usern erfragt. Die Antworten wurden in Form von Insta-Polls, Kommentaren und Direktnachrichten gesammelt und grafisch als Social-Content aufbereitet. Eine kleine Online-Studie aus allen User-Antworten.

CTA mit Direkt-Link