

HOW TO MAKE THINGS BETTER

Wichtig:

Der Film richtet sich an Leute aus der Branche. Einige Vignetten, die sich den Normalverbraucher:innen vielleicht nicht sofort erschliessen (z.B., dass die Rolf Hänggi AG Maschinen selber baut, diese aber nicht an ihre Kunden verkauft), sind für die Zielgruppe klar verständlich.

Zielgruppe: Die Produktionsleiter:innen von bspw. Smartwatch- und Tablet-Hersteller aus Kalifornien, von Schweizer Luxusuhren-Herstellern, von LED-Screen-Produzenten, von Multimedia-Herstellern aus Japan, von deutschen Autoherstellern, meistens die führenden Brands innerhalb der Branche.

Die Rolf Hänggi AG, ein Hidden Champion für Höchstpräzisionsteilchen, feiert 2024 ihr 30-jähriges Jubiläum. Das Unternehmen wünscht sich zum Jubiläum einen Unternehmensfilm mit Langzeitwirkung und als Herzstück einer B2B-Kampagne.

Rolf Hänggi hat eine eigene Produktionstechnik erfunden, die es der Firma erlaubt, Teilchen auf Tausendstel-Millimeter genau und in einem Produktionsschritt zu stanzen (wofür bspw. Schweizer Luxusuhrenhersteller selber 5 Produktionsschritte brauchen).

«How to make things better?» Die Antwort darauf ist ein kreatives Firmenportrait, das über 2 Minuten lang überrascht, unterhält und informiert.