

LIFE

DAS LABYRINTH DES LEBENS

HINTERGRUND

PostFinance und Yuh wollen sich bei der jungen Zielgruppe als die Banken für's Leben positionieren.

INSIGHT

Nie gab es im Leben mehr Wege, die man einschlagen kann als heute. Doch mit mehr Möglichkeiten kommen auch mehr Unsicherheiten.

IDEE

LIFE - Das Labyrinth des Lebens: Eine interaktive Experience, die die grossen Lebensentscheidungen auf unkonventionelle Art erlebbar macht.

1.7 MILLIONEN
VIEWS AUF INSTA

UMSETZUNG

Das Labyrinth visualisierte die vielfältigen Abzweigungen und Richtungswechsel im Leben. Aufwändige Inszenierungen konfrontierten die Gäste mit grossen Lebensfragen, deren Entscheidungen sie auf verschiedene Pfade führten.

Egal, welche Richtung sie einschlugen, am Ende belohnte Eurovision Song Contest Winner Nemo alle mit einem exklusiven Konzert. Nemo – bekannt für den eigenen Lebensweg – sprach über diesen später in einem Interview.

Das Labyrinth, Konzert und Interview veröffentlichten wir auf Social Media und der Event-Landingpage und machten die Experience so für alle zugänglich.

Botschaft: **«Unendlich viele Lebenswege. Wir begleiten dich auf deinem.»**



Blick «Nemo rockt die Postfinance-Bühne im Schiffbau.»

20 *minuten* «Nemo stand an einem Event der Postfinance und Yuh zum Thema Lebenswege auf der Bühne.»

G&D «So trifft Nemo Lebensentscheidungen.»