



Bildtitel: *alfaview® startet neue Online-Kampagne @alfaview gmbh*

Karlsruhe, 20.09.2022

„Sag Tschüss zu deinem Remote-Work-Monster“ – **alfaview®** startet neue Online-Kampagne

Der deutsche Videokonferenzanbieter **alfaview®** und die Social-Media-Spezialisten von **Ogilvy Social.Lab** haben eine gemeinsame Mission: den durch das Homeoffice entstandenen Remote-Work-Monstern Tschüss zu sagen. Mit Start der 360°-Online-Kampagne werden insgesamt fünf Monster mit ihren angewöhnten Macken präsentiert, die jedoch dank **alfaview®** den Weg zu einem barrierefreien, gleichberechtigten und virtuellen Büroerlebnis für modernes Arbeiten finden.

Die Kampagne

Mit eindrucksvollen Bildern, produziert von der Berliner Filmproduktionsfirma Polly Films, präsentiert **alfaview®** eine Reihe von Home-Office-Szenarien, die so manchen Zuschauenden bekannt vorkommen könnten. Mit humorvollen Elementen werden in mehreren Online-Spots insgesamt fünf Charaktere herausgearbeitet, die sich dank der Videokonferenzsoftware **alfaview®** von ihrem Remote-Work-Monster verabschieden. Die Videos und Displays werden ab dem 20. September auf den unternehmenseigenen Social-Media-Kanälen sowie bei diversen Streaming-TV-Anbietern ausgespielt. Neben einem 60-sekündigen Herofilm werden in einzelnen Consideration-Videos verschiedene Features der Software wie die Raumstruktur, die Zweitkamera oder auch die Screensharing-Funktion präsentiert.

Die Zielsetzung

Das übergeordnete Ziel der Kampagne ist es, die Markenbekanntheit von alfaview® zu stärken. Niko Fostiropoulos, Gründer und Geschäftsführer von alfaview® hierzu: „Wir freuen uns, mit Ogilvy Social.Lab in so kurzer Zeit eine kreative und filmisch hochwertige Kampagne realisiert zu haben. Wir hoffen, so den bestehenden Fokus auf Software aus dem Silicon Valley zu lösen. Wir wollen zeigen, dass es leistungsfähige deutsche Produkte gibt, die sowohl technisch als auch in Bezug auf den Datenschutz viele Vorteile bieten. Mit unserer Kampagne stärken wir somit auch den IT-Standort Deutschland und die digitale europäische Souveränität“.

Sebastian Gräf, Creative Lead bei Ogilvy Social.Lab, zur Idee der Kampagne: „In den vergangenen zwei Jahren konnten wir einige schräge Angewohnheiten bei uns allen im Home-Office beobachten. Aus diesem Insight sind die Remote-Work-Monster geboren – wenngleich wir diese eher unliebsamen Angewohnheiten durch unsere Monster humorvoll überzeichnen. Zusätzlich konnten wir die Monster-Eigenarten nutzen, um gezielt Produktvorteile zu kommunizieren.“ Ergänzend erläutert Sebastian Gräf auch die Medienauswahl: „alfaview® ist ein digitales Produkt, daher war Social Media als wichtigster Kommunikationskanal von Anfang an gesetzt. Hier bauen wir gezielt Reichweite auf und machen alfaview®, vor allem im deutschen Heimatmarkt, bekannter.“

Hier finden Sie den Herofilm der Kampagne

<https://youtu.be/-elOgHdIRYo>

Über alfaview®

alfaview®. Das ist das leistungsstarke und DSGVO-konforme Videokonferenzsystem für Online-Meetings, Live-Schulungen und virtuelle Events. alfaview® steht für eine barrierefreie, demokratische und emanzipative Kommunikation, die Distanzen überwindet. In Bezug auf den Datenschutz gibt es bei alfaview® keine Kompromisse: Für die Bereitstellung der Dienste werden ausschließlich ISO 27001-zertifizierte Rechenzentren mit Standort und Unternehmenssitz in Deutschland genutzt. Daten und Datentransporte sind nach aktuellen BSI-Standards (TLS/AES 256) verschlüsselt und werden nicht gespeichert. Gleichzeitig erfüllt alfaview® höchste technische Ansprüche und das stabil und ohne Abbrüche. alfaview® ist bereits seit über zehn Jahren bei zahlreichen Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Organisationen erfolgreich im Einsatz.

Die Verantwortlichen

alfaview®

Niko Fostiropoulos, Sonja Decker, Vivien Herlan, Katharina Lange, Katharina Petschner

Ogilvy

Strategie: Keren Kaufmann, Kathleen Mussbach, Vicky Stoelzel; Kreation: Sebastiao Assis, Sebastian Gräf, Hanna Hetherington, Jens Paasen, Andrés Ricón, Kosma Tyszkiewicz; Beratung: Paul Hajek, Julia Hardt, Yolantha Jürgens, Christian Rottmann; Social Media Management: Nicolas Deawael, Astrid Scheuermann, Emma Schenk

Filmproduktion

Polly Films GmbH: Till Gerstenberger, Mario Krause, Tim Krüger; Regie: Arrigo Reuss;

Fotoproduktion: Horia Manolache

Media: Ogilvy Social.Lab