

Presseinformation

IT & Mobile Communication » Online-Kampagne für mobile Datensicherheit

Security-Kampagne: „Damit Deins Deins bleibt“

Samsung thematisiert mit einer Kampagne für Datensicherheit Folgen des ungewollten Kontrollverlusts eigener Daten auf Smartphone & Co

- Samsung startet Online-Kampagne für mobile Datensicherheit
- Kommunikationsstrategie von Cheil Germany
- Film, Banner und zentrale Plattform „Damit Deins Deins bleibt“



Schwalbach/Ts. – 20. November 2019 – Daten-Leaks, Viren, Spam, Hacks und Sicherheitslücken gehören nicht nur zu den folgenreichsten, sondern auch zu den häufigsten Problemen, mit denen Nutzer moderner Smartphones zu kämpfen haben. Doch mit zahlreichen Features, die Hardware, Software und persönliche Daten schützen, hat Samsung bei seinen Galaxy Smartphones dafür gesorgt, dass seine Produkte zu den sichersten im Android-Markt gehören. Trotzdem bildet insbesondere der Verlust privater Informationen, die ein ungeschütztes Gerät mit sich bringen kann, den Kern der neuen, aufmerksamkeitsstarken Digitalkampagne. In dieser wird unter dem Dachgedanken „Damit Deins Deins bleibt“ gleichermaßen humorvoll und eindringlich auf die immense Bedeutung von Datensicherheit aufmerksam gemacht und zugleich auf die Samsung Galaxy Devices als sicherere Alternative verwiesen.

„Ohne Datensicherheit keine Privatsphäre.“ So lautet die plakative Formel, mit der Samsung die nicht zu unterschätzenden Nebenwirkungen unseres digitalen Lifestyles auf den Punkt bringt – nicht ohne ganz Samsung-typisch gleich eine Lösung mitzuliefern. Diese besteht im Kern aus der exklusiven und tief in das Android-Betriebssystem eingebetteten Sicherheitstechnologie Samsung Knox, aber auch aus klassischen Produktfunktionen wie einem robusten Geräte-Design und Wasserfestigkeit, um Datenverlust durch Beschädigung entgegenzuwirken.

Cheil Germany entwickelte rund um diese Merkmale eine zweigleisige Kommunikationsstrategie bestehend aus Bewegtbild als Hero-Content für Social-Media-Plattformen sowie einer Display-Ad-Kampagne, die den Grundgedanken auf ähnliche, aber dem jeweiligen Kanal angepasste Weise erzählen: Wer seine Daten nicht schützt, den können sie in den falschen Händen auf dramatische Weise bloßstellen.

Im von ANORAK produzierten Online-Film (Regie: Niklas Weise) stehen für diese Aussage diverse Menschen, die in einer offensichtlich leicht aus den Fugen geratenen Welt gänzlich unbekümmert in heruntergelassenen Hosen agieren – was jedoch nur dem Zuschauer und dem Samsung Protagonisten am Ende des Spots auffällt. Untermalt wird die schräge Szenerie dabei augenzwinkernd dramatisch mit dem Song „Turn around, look at me“ aus dem Jahr 1961 des inzwischen längst vergessenen Schlagersängers Glen Campbell.

In der umfangreichen Online-Banner-Kampagne wiederum dreht sich zwar ebenfalls alles ums „Blankziehen“ und den Kontrollverlust bei allzu sorglosem und freizügigem Umgang mit dem Smartphone, allerdings setzt die Agentur hier auf einen etwas anderen visuellen Twist: Drei Motive zeigen je einen Menschen splitternackt – zusammengesetzt als Mosaikbild aus eigenen privaten Daten. Erwähnenswert dabei ist, dass es sich ganz im Sinne der Botschaft bei den verwendeten Elementen größtenteils um die echten bereitgestellten Daten der gezeigten Models handelt, die der Kampagne so noch mehr Eindringlichkeit und Authentizität verleihen. Für die visuell aufwendige, mehrmonatige Umsetzung der Kampagne arbeitete Cheil mit dem Digitalproduktionsstudio Lux von Morgen und dem Illustrator Sebastian Onufszak zusammen.

Jenseits der Kampagne bietet zudem ein neuer, zentraler Hub unter www.samsung.de/security allen Interessierten und Nutzern vertiefende und ausführliche Informationen rund um die in allen Galaxy Devices zum Einsatz kommenden Technologien für mehr Datensicherheit.

„Mit der aktuellen Kampagne zeigt Samsung, dass ein sehr technisches Thema wie mobile Datensicherheit emotional, packend und unterhaltsam erzählt werden kann – und muss. Denn gerade den nicht-technikaffinen Menschen wollen wir so auf einfache Weise verdeutlichen, dass die Wahl des nächsten Smartphones nicht nur von Features wie der Kamera oder dem Design abhängig gemacht werden sollte. Datensicherheit geht jeden an“, betonen Mario Winter, Senior Director Marketing IT & Mobile Communication Samsung Electronics GmbH und Stefan Prilipp, Business Director bei Cheil Germany und verantwortlich für den Samsung Mobile-Etat.

Die Media-Planung der Digitalkampagne, die seit dem 12. November 2019 in einem ersten, rund sechswöchigen Flight geschaltet wird, stammt ebenfalls von Cheil Germany. Hier hatte sich die Agentur zuvor in einem Pitch um das sechsstellige Mediabudget gegen mehrere Teilnehmer durchgesetzt. Nach der Etablierung der Kommunikationsplattform „Damit Deins Deins bleibt“ plant Samsung zudem weitere Aktivitäten für das kommende Jahr.

Die Presseinformation und weiteres Bildmaterial finden Sie im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de/security-kampagne-damit-deins-deins-bleibt

Credits**Cheil Germany GmbH**

CEO: Volker Selle

Executive Creative Director: Jörn Welle

Creative Director: Miriam Preissinger

Business Director: Stefan Prilipp

Beratung: Christina Laukel, Frederik Jung

Strategie: Jorge Perez-Holder, Jacob de Bock

Art Direction: Nicolau Attalah, Sabrina Lienig, Alexander Wagner, Trang Le Thu, Michael Ferstl

Text: Christopher Drücks, Matthias Hofmann

FFF: Cindy Steigerwald

Digital Producing: Denis Fitzon

Media: Endru Tedjanuksama, Eduard Schöll

Filmproduktion

Anorak, Berlin

Producer: Christoph Petzenhauser, Franko Mehlich

Director: Niklas Weise

DOP: Niels Thastum

Visuals



Lux von Morgen, Berlin

Producer: Kristina Neurohr

Illustrator: Sebastian Onufszak

Fotograf: Hannes Caspar

Bildmaterial

		
<p>Der Grundgedanke der von Cheil Germany entwickelten Kommunikationskampagne: Wer seine Daten nicht schützt, den können sie in den falschen Händen komplett bloßstellen.</p>	<p>Im von ANORAK produzierten Online-Film (Regie: Niklas Weise) agieren diverse Menschen unbekümmert in heruntergelassenen Hosen.</p>	<p>Drei Motive der Online-Banner-Kampagne zeigen je einen Menschen splitternaht - zusammengesetzt als Mosaikbild aus eigenen privaten Daten.</p>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung
IT & Mobile Communications B2B
 Samsung Electronics GmbH
 Sebastian Boms
 Corporate Marketing
 Am Kronberger Hang 6
 65824 Schwalbach / Ts.
sebastian.boms@samsung.de

Pressekontakt Agentur
Telecommunications
 Faktor 3 AG
 Petra Müller / Larissa Schröder
 Kattunbleiche 35
 22041 Hamburg
 040 / 679446 - 6183
samsung.tc@faktor3.de