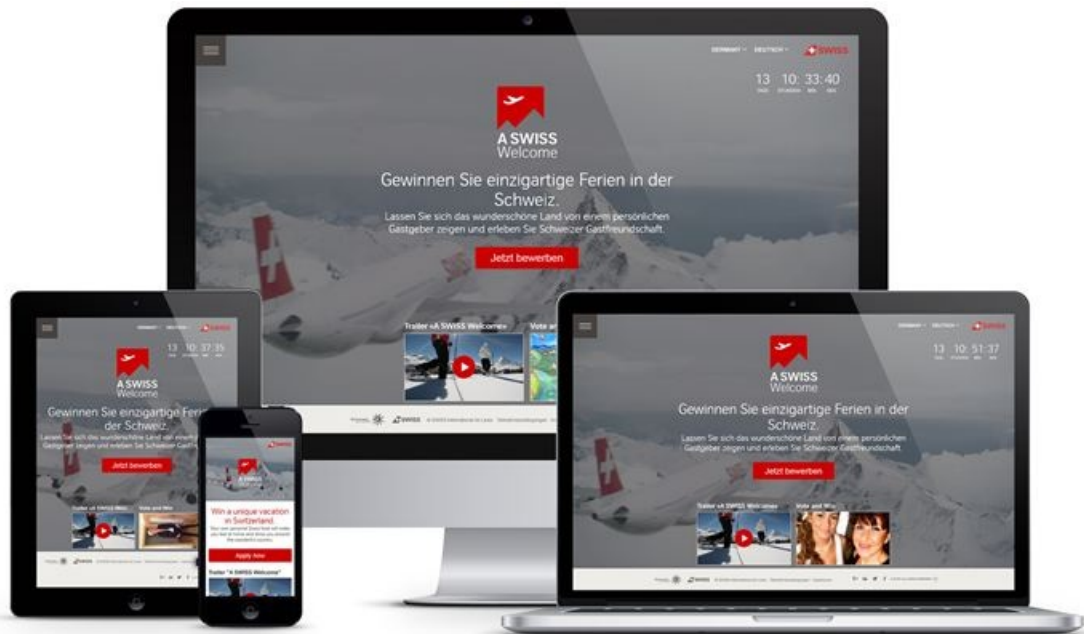




## A SWISS Welcome – SWISS lädt Gäste in die Schweiz

**München, 01. Dezember 2015** - Die Schweiz auf einzigartige Art und Weise erleben. Mit der Kampagne „A SWISS Welcome“ bekommen Gäste aus aller Welt die Chance, die Schweiz persönlich kennen zu lernen. In insgesamt 17 Ländern ist die Kampagnen Microsite verfügbar und zeigt, dass SWISS Menschen und Kulturen aus aller Welt zusammenbringt.



### Erst digital, dann real – ein einzigartiges Erlebnis

Mit dem Projekt „A SWISS Welcome“ lancierte die Schweizer Fluggesellschaft SWISS eine weitere kreative Brand Aktivierungskampagne, dieses Mal jedoch nicht nur im Heimatmarkt Schweiz sondern auch in 17 Auslandsmärkten der SWISS. Die Aktion soll Reiselustige aus der ganzen Welt in die Schweiz locken, ihnen das Land und die Kultur näherbringen, sie Schweizer Gastfreundschaft erleben lassen und sie mit Schweizern verbinden.

„A SWISS Welcome“ ist ein Reisegewinnspiel mit einem durchgängig digitalen Charakter: Die Kampagne ist in 17 Ländern, darunter Deutschland, Frankreich, Kanada, Indien oder auch Südafrika, online. Über ein Bewerbungsformular auf [www.a-swiss-welcome.com](http://www.a-swiss-welcome.com) können sich in einer ersten Kampagnenphase die internationalen Kandidaten registrieren. Teilnahmebedingung ist ein individueller und persönlicher kurzer Videoclip, oder auch Bildbeiträge, in dem die Bewerber zeigen, warum gerade sie die richtigen Kandidaten für eine Reise in die Schweiz sind und wer sie begleiten darf. Das Video kann einfach über ein Bewerbungsformular auf die Kampagnenwebsite hochgeladen werden. Dann heisst es promoten, promoten, promoten!

Denn nur wer ausreichend Stimmen für sich im Publikums-Voting über Social Media sammeln kann, kommt in die engere Auswahl als Gast. Dafür wurde eine Schnittstelle zu Facebook eingerichtet, über welche die Kandidaten Freunde und Familie auf den Wettbewerb aufmerksam machen und sie zum Voting animieren können. Pro Land wählt dann eine Jury aus den Top Social Media Kandidaten, also den Kandidaten mit den meisten Publikums-Votes, Gewinner aus und vergibt zusätzlich insgesamt drei Wildcards an Bewerber, die durch ihre kreativen Entries besonders überzeugt haben.

In einer zweiten Phase wird SWISS Anfang 2016 einen Aufruf an die Schweizer Bevölkerung starten, sich als Gastgeber zu bewerben. Die Gastgeber werden ebenfalls durch ein Publikums-Voting und eine Jury gewählt.

Die Kampagne von SWISS soll den Gästen aus aller Welt die Schweiz auf ganz besondere und private Weise vorstellen. Dadurch stärkt das Unternehmen zum einen das Image der eigenen Marke – online und im realen Leben – und steigert zum anderen die Bekanntheit seines Herkunftslands. Teilnehmer und damit potentielle Kunden hoffen auf ein unvergessliches Reiserlebnis, bei dem sie atemberaubende Landschaften, die Schweizer Kultur und das Alltagsleben kennenlernen können und fühlen sich so emotional an die Marke SWISS gebunden.

### Microsite mit hoher Leistungsstärke und Emotionalität

Die Microsite [www.a-swiss-welcome.com](http://www.a-swiss-welcome.com) ist in 17 Ländern und insgesamt 5 Sprachen verfügbar. Die Bewerbungsvideos der Gäste und Gastgeber werden auf dem Web-Frontend der Microsite hochgeladen, der Upload erfolgt über eine Schnittstelle zu Youtube. Mit Facebook Connect wird das Voting, neben der E-Mail-Abstimmung, auch über das eigene Facebook-Profil der Nutzer ermöglicht und dank Responsive Design ein Zugriff von allen Devices aus wie z.B. Smartphone und Tablet gewährleistet. Hosting und Betrieb werden über die Amazon Cloud Platform, die eine automatische Skalierung ermöglicht, sichergestellt. Dadurch kann die Performance auch bei sehr hohen Zugriffen garantiert

werden, indem sich zu Peak-Zeiten automatisch weitere Webserver hinzuschalten. Unic hat bei diesem Projekt bei der Konzeption mitgearbeitet und die Beratung, die technische Umsetzung, das Hosting und den Betrieb der Autoscaling Cloud Platform von Amazon komplett übernommen.

## Über Unic

Unic ist ein europaweit führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen. Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und nutzen wir die strategischen Chancen in der digitalen Welt, um eine durchgängige Customer Journey mit einem einzigartigen Erlebnis zu schaffen.

1996 in der Schweiz gegründet, entwickeln heute 280 Mitarbeitende in den Bereichen Digital Marketing und Digital Commerce interaktive Lösungen, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen. An den Standorten in Bern, Karlsruhe, München, Wien und Zürich sowie im Entwicklungszentrum in Wrocław setzen wir uns engagiert für die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ein. Dazu arbeiten die Kompetenzen für Beratung, Kreation, Umsetzung und Betrieb Hand in Hand.

Ausgewählte Kunden sind Audi, Bridgestone, BEKB (Berner Kantonalbank), Caritas, Coca-Cola, Coop, Credit Suisse, Die Schweizerische Post, Feller, HORNBACH, JURA, Kanton Bern, Mammut, Manor, PKZ, Rhätische Bahn, SBB, Suva, Swisscom, UBS, Universität St. Gallen (HSG), Victorinox, Zürich Tourismus und Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG.

<http://www.unic.com>

### Medienkontakt

Christine Roth, Corporate Communications

Tel. +41 44 560 16 40

[christine.roth@unic.com](mailto:christine.roth@unic.com)

### Pressekontakt

eloquenza pr

Ina Rohe / Amelie Nägelein

Tel. 089 242 038 0

E-Mail [unic@eloquenza.de](mailto:unic@eloquenza.de)