

Pressmeddelande, 15 juni 2017

VÄRLDSPREMIÄR: "THE INTERNET OF S**T SONG" DRIVER MED UPPKOPPLADE PRYLAR.

Trasslar du också in dig i teknik? Du är inte ensam. Teknikfrustrationen breder ut sig samtidigt som sakerna omkring oss blir allt mer uppkopplade. Semcon lanserar nu den unika och lätt bisarra musikvideon ["The Internet of S**t Song"](#). Filmen driver med IoT-hypen och bristen på användarfokus. I huvudrollen ser vi den naiva marionettdockan Alex.

- Den uppkopplade tekniken har en fantastisk potential, men tyvärr satsas idag väldigt mycket pengar på lösningar som missar målet och framförallt användarnas behov. I filmen vill vi skämtsamt visa var vi kan hamna med våra smarta prylar om vi inte ser upp, säger Markus Granlund, vd och koncernchef på Semcon.

En självupptagen men godhjärtad docka

Filmen, framtagen med hjälp av Forsman & Bodenfors, utspelar sig i en nära framtid där huvudkaraktären Alex trasslar in sig i både prylar och personer på sin väg genom staden - sjungandes på "The Internet of S**t Song", baserad på klassiska barnvisan "Dem Bones" [om hur skelettet sitter ihop]. Alex är alltså en marionettdocka (!) och trådarna blir en metafor för både uppkoppling och för hur lätt det är att trassla in sig i teknik om lösningen inte utgår från användaren.

- När vi började arbeta med kampanjen slogs vi tidigt av hur många korkade uppkopplade produkter det finns. Semcons position som teknikbolag med fokus på användaren passade bra för att driva med IoT-hypen. Det kreativa arbetet ledde sedan fram till den något självupptagna men godhjärtade dockan Alex, säger Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef på Semcon.

Miniatyrmiljöer uppbyggda av papper

Musikvideon spelades in i Sydafrika i samarbete med världsledande tillverkare inom dockmakeri och miniatyrvärldar, med marionettmästaren Hansie Visagie vid spakarna. De olika miljöerna är helt uppbyggda av papper, allt från rulltrappor till blomblad. Samtidigt har dockorna 3D-

Semcon är ett internationellt teknikföretag som utvecklar produkter baserat på mänskliga behov och beteenden. Genom att alltid utgå från slutanvändaren stärks kundernas konkurrenskraft, eftersom den som vet mest om användarens behov skapar bäst produkter och tydligast nytta för människor. Semcon samarbetar främst med företag inom branscherna fordon, industri, energi och life science. Med över 2000 specialiserade medarbetare finns förmåga att ta hand om hela produktutvecklingscykeln. Från strategi och teknikutveckling till design och produktinformation. Semcon grundades 1980 i Sverige och har kontor på fler än 30 platser i åtta olika länder. År 2016 omsatte koncernen 1,8 miljarder kronor. Läs mer på semcon.com

printats med senaste teknologin och innehåller små motorer som får den söta katten att gapa och Alex att avmätt höja på ögonbrynen.

- Projektet har varit fantastiskt att arbeta med. Jag har fått ta del av en enastående hantverksskicklighet med enorm detaljriktighet. Det gjorde också filmen väldigt komplex att spela in, men också unik - och väldigt rolig att titta på. Jag tror alla kan känna igen sig i Alex till viss del, även om jag skulle blivit ännu mer frustrerad, säger regissören Daniel Warwick, som tidigare gjort flera prisbelönda reklamfilmer.

Stödlinje för teknikfrustrerade

Daniel är inte ensam. Enligt en ny undersökning [Inizio/Semcon] svarar hela 60 procent att teknik gör dem frustrerade. Teknik är också det som frustrerar mest i vardagen, före saker som långsamma bilköer och störande grannar. Därför öppnar Semcon en stödlinje [010 178 22 10] dit vem som helst kan ringa för att prata av sig med företagets användarexpert - eller bara skrika ut sin teknikfrustration.

Länkar

[Musikvideon "The Internet of Shit Song"](#)

[Bakomfilm från inspelningen med intervjuer](#)

[Låten på Spotify](#)

[Smarta produkter enligt Semcon](#)

[Komplett pressmapp med stillbilder, undersökning m.m.](#)

Stödlinje för teknikfrustrerade: +46 [0]10 178 22 10

Fakta kring uppkopplade produkter

Utvecklingen inom Internet of Things [IoT] pekar kraftigt uppåt för de kommande åren. 30 miljarder uppkopplade produkter och investeringar på totalt 1,29 biljoner dollar nämns i prognoserna för 2020. Samtidigt visar undersökningar att en stor del av konsumenterna är tveksamma till vad man ska ha tekniken till. På Semcon utgår produktutvecklingen alltid från slutanvändarens behov och beteenden, vilket är helt avgörande för att ge smart teknik ett riktigt värde. Läs mer på semcon.com/smart

För mer information, vänligen kontakta:

Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef, Semcon

Tel: +46 [0]739 737 200

Email: per.nilsson@semcon.com

Credits

Agency: Forsman & Bodenfors

Client: Semcon

Creatives: Karin Jacobsson, Gustav Johansson, Stefan Thomson, Magnus Almberg

Agency producer: Lena Sellman

Account director: Susanna Glenndahl Thorslund

Account manager: Helen Johansson

Planner: Klara Knape

PR strategist: Bjarne Darwall

Music supervisor: Jenny Ring

Director: Daniel Warwick

Producer: Rickard Edholm

Production: Camp David

Media/PR agency: Matter

Semcon är ett internationellt teknikföretag som utvecklar produkter baserat på mänskliga behov och beteenden. Genom att alltid utgå från slutanvändaren stärks kundernas konkurrenskraft, eftersom den som vet mest om användarens behov skapar bäst produkter och tydligast nytta för människor. Semcon samarbetar främst med företag inom branscherna fordon, industri, energi och life science. Med över 2000 specialiserade medarbetare finns förmåga att ta hand om hela produktutvecklingscykeln. Från strategi och teknikutveckling till design och produktinformation. Semcon grundades 1980 i Sverige och har kontor på fler än 30 platser i åtta olika länder. År 2016 omsatte koncernen 1,8 miljarder kronor. Läs mer på semcon.com