

A photograph of two women in an office environment. The woman in the foreground is smiling and looking towards the camera. She has long dark hair and is wearing a light blue, textured sweater. The woman in the background is also smiling and looking down at a computer monitor. The office has modern decor with warm lighting and multiple computer monitors. A red horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the text 'BEST CASES.'

BEST CASES.



BEST CASE – NATIONAL. USZIT.

AUSGANGSLAGE & UMSETZUNGSIDEE.

KUNDENBEDÜRFNIS.

Beim Kauf von einem Uszit Bier wird der Schweizer Wald mit einer Spende unterstützt. Dieses **Engagement für den Schweizer Wald** soll auf sympathische Art und Weise an die Energy Community vermittelt werden und die Verbundenheit von Uszit mit der Umwelt hervorheben. Ein **aktiver Miteinbezug der Energy Community** war Uszit ebenfalls wichtig.

UMSETZUNGSIDEE.

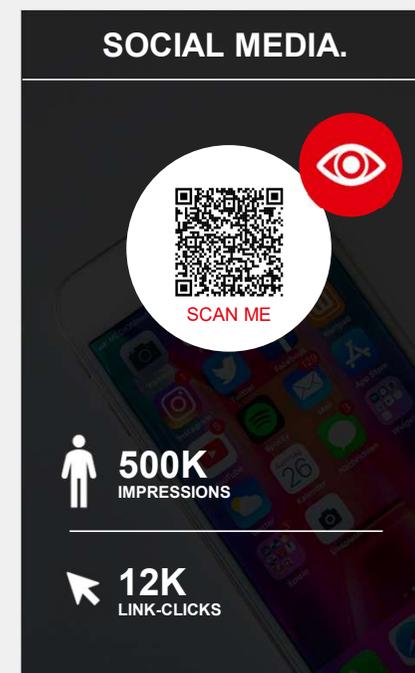
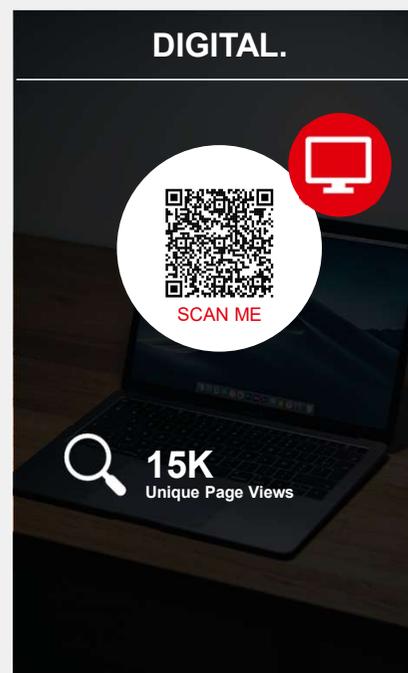
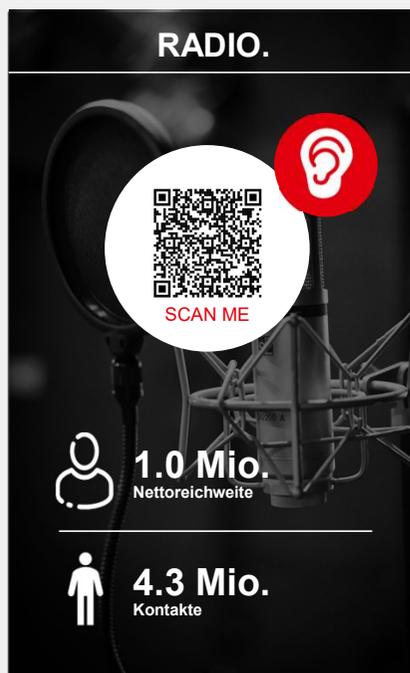
Energy Host **Michel Schelker versteckte sich während einer Woche** irgendwo in der Schweiz. Täglich gab es am Radio und online bruchstückhafte Hinweise, wo er sich befinden könnte. Denn schliesslich lockte ein **«Kopfgeld» von CHF 10'000.-**. Der Umkreis wurde von Tag zu Tag mehr eingeschränkt. Interaktionen über Social Media mit Schelker direkt aus dem Versteck und **Tipps über das Radio** gaben der Community zusätzlich die Gelegenheit, noch Genaueres über seinen Standort herauszufinden.

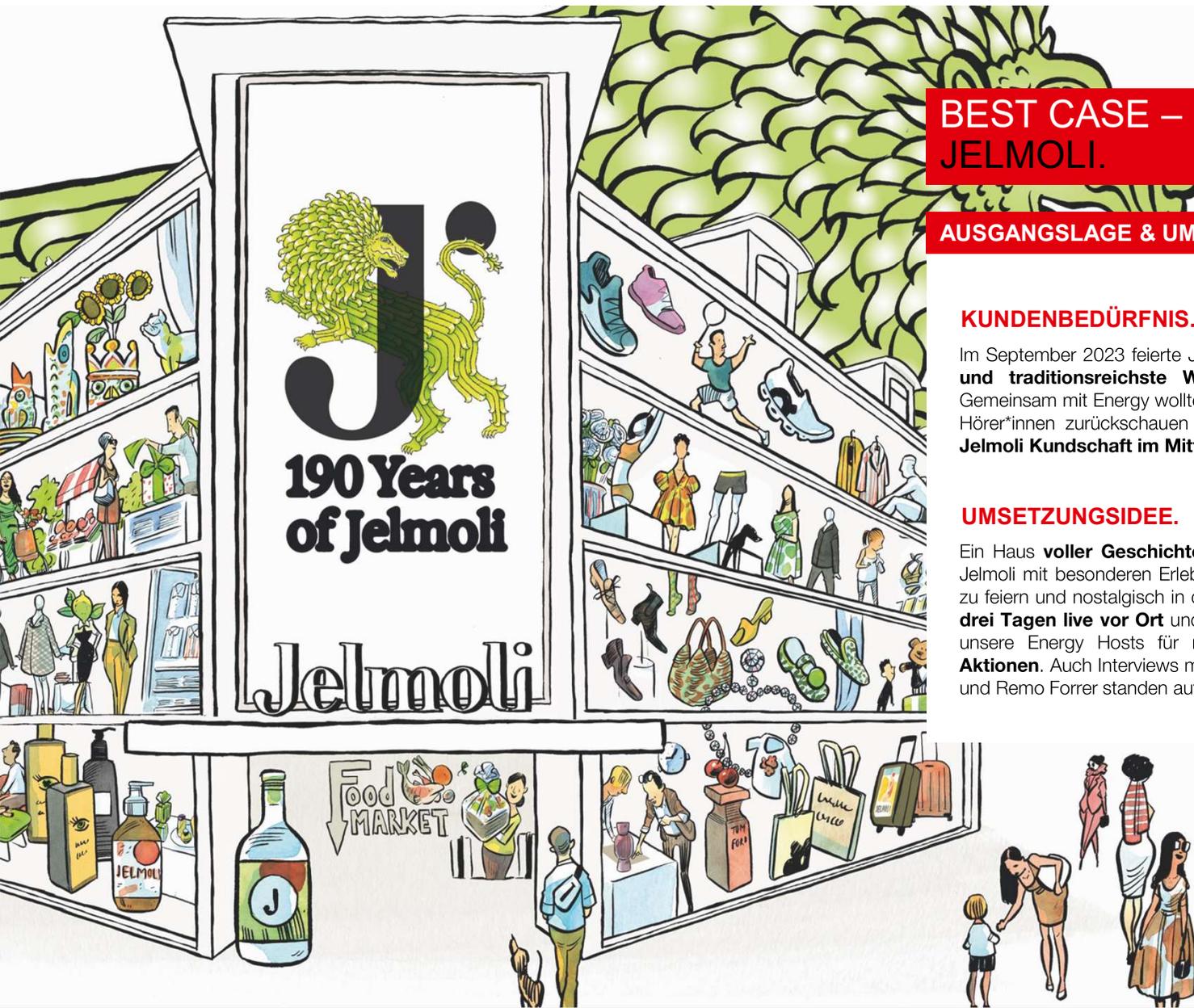


BEST CASE – NATIONAL. USZIT.

LEISTUNGEN AUF ALLEN ENERGY STATIONEN.

- Ankündigung von Montag bis Mittwoch mit **15 Radio-Trailern** und **4 redaktionellen Teasings** (= total 23 Nennungen).
- Umsetzung und Veröffentlichung von **15 redaktionellen Beiträgen** (= total 30 Nennungen in Billboards).
- **Subsite auf energy.ch** als Informationsquelle für die Community.
- **6 Instagram Stories** mit unseren Energy Hosts.





BEST CASE – LOKAL. JELMOLI.

AUSGANGSLAGE & UMSETZUNGSIDEE.

KUNDENBEDÜRFNIS.

Im September 2023 feierte Jelmoli seinen **190. Geburtstag**. Es war somit das **älteste und traditionsreichste Warenhaus** der Schweiz. Das sollte gefeiert werden! Gemeinsam mit Energy wollte Jelmoli auf die vielen **schönen Erinnerungen** der Energy Hörer*innen zurückschauen und eine einzigartige Kampagne umsetzen, bei der die **Jelmoli Kundschaft im Mittelpunkt** steht.

UMSETZUNGSIDEE.

Ein Haus **voller Geschichte und Geschichten** – viele Zürcher*innen verbinden den Jelmoli mit besonderen Erlebnissen und Erinnerungen. Um den Geburtstag gebührend zu feiern und nostalgisch in die Vergangenheit zu schauen, war Energy Zürich während **drei Tagen live vor Ort** und sendete aus dem **Jelmoli-Schaufenster**. Dabei sorgten unsere Energy Hosts für **mitreissende Live-Umsetzungen** und **unterhaltsame Aktionen**. Auch Interviews mit spannenden Persönlichkeiten und Besuche von Nickless und Remo Forrer standen auf dem Plan.



BEST CASE – LOKAL. JELMOLI.

LEISTUNGEN ENERGY ZÜRICH.

- Ankündigung von Montag bis Mittwoch mit **6 Radio-Trailern** und **2 redaktionellen Teasings** (= total 10 Nennungen).
- Live-Umsetzung und Veröffentlichung von **9 redaktionellen Beiträgen** (= total 18 Nennungen in Billboards).
- **Subsite auf energy.ch** als Informationsquelle für die Community.
- **3 Instagram Stories** mit unseren Energy Hosts vor Ort.

