

Pressekontakt:
Capgemini
Achim Schreiber
Kurfürstendamm 21
10719 Berlin
030 88703-731
achim.schreiber@capgemini.com

Capgemini startet Online Werbekampagne

Berlin, 19. Mai 2009 – Seit heute ist der Beratungs- und IT-Dienstleister Capgemini mit einer neuen Werbekampagne in den deutschen Medien vertreten. Die zu 100 Prozent Online geschalteten Anzeigen verbinden Markenpräsenz mit Lösungsansätzen wie Rightshore[®], TechnoVision oder Business Transformation, die Unternehmen in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage helfen. Der 2007 eingeführte flankierende Slogan „Gemeinsam. Energien freisetzen“ wird auch in der 2009 Online-Kampagne weiterhin bestehen.

„Capgemini zählt zu den wenigen Unternehmen in seinem Wettbewerbsumfeld, die kontinuierlich mit Werbemaßnahmen die Markenbekanntheit unterstützen. Dies wollen wir auch ganz bewusst in der jetzigen Situation tun und uns aktiv im Markt positionieren“, so Philippe Grangeon, Group Marketing & Communications Director bei Capgemini. Die Banner werden über die nächsten zwei Monate hinweg in den sechs wichtigen Märkten Frankreich, Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, den USA sowie Indien mit einem Mediavolumen von fünf Millionen Euro geschaltet. Inhaltlich beziehen sich die Motive sowohl auf Lösungsansätze im Kontext der aktuellen wirtschaftlichen Situation als auch auf die zukünftige Ausrichtung von Unternehmen. Die Kampagne wurde zusammen mit Publicis Frankreich entwickelt.

Klarer Bezug zur aktuellen Wirtschaftslage

„Nach einer generelle Aufmerksamkeit schaffenden Print-Kampagne im letzten Jahr werden nun Lösungsansätze von Capgemini in den Vordergrund gestellt. Wir möchten mit der Online-Kampagne stärker mit unseren Kunden und potenziellen Kunden in Interaktion treten sowie auf weiterführende Informationen zu unserem Angebotsportfolio auf unserer Website hinweisen“, erläutert Antonio Schnieder, Vorsitzender der Geschäftsführung der Capgemini Deutschland Holding GmbH.

Erscheinen werden die Anzeigen unter anderem auf den Wirtschaftsseiten von Spiegel.de, Welt.de, Sueddeutsche.de, Handelsblatt.de als auch auf den Seiten von IT-Medien wie Computerwoche.de oder CIO.de. Mit Botschaften wie „Senken Sie Ihre Kosten, steigern Sie Ihr Potenzial – Vervielfachen Sie Ihre Möglichkeiten“ oder „Sie können auf den Aufschwung warten – oder sich darauf vorbereiten“ wird die Geschäfts-Zielgruppe direkt angesprochen. Hinzu kommen speziell auf zwei Lösungsangebote zugeschnittene Werbebanner mit Texten wie: „Kosten senken ohne Einbußen im IT-Betrieb? Finden Sie die richtige Balance – mit Rightshore®“ und „Ist Ihr Unternehmen fit für den Aufschwung? Gestalten Sie schon heute die Zukunft Ihres Unternehmens – mit TechnoVision“. Im Juni wird die textgetriebene Werbung dann durch eine Serie von Kurzfilmen ergänzt, die sich mit den Herausforderungen des Abschwungs aber auch der Neuaufstellung von Unternehmen mit Blick auf den kommenden Aufschwung beschäftigen.

Über Capgemini

Capgemini, einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing, ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Als Dienstleister stellt Capgemini Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung, um seinen Kunden die notwendigen Freiräume für Wachstum und geschäftlichen Erfolg zu schaffen. Ein wesentliches Element dafür ist die besondere Form der Zusammenarbeit, genannt Collaborative Business Experience. Über das globale Liefermodell Rightshore® arbeiten bei Capgemini die kompetentesten Mitarbeiter aus den unterschiedlichen Niederlassungen weltweit als ein Team zusammen, um für die Kunden die optimale Lösung zu erzielen.

Capgemini beschäftigt in mehr als 30 Ländern über 90.000 Mitarbeiter und erzielte 2008 einen Umsatz von 8,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>

Rightshore ® is a trademark belonging to Capgemini