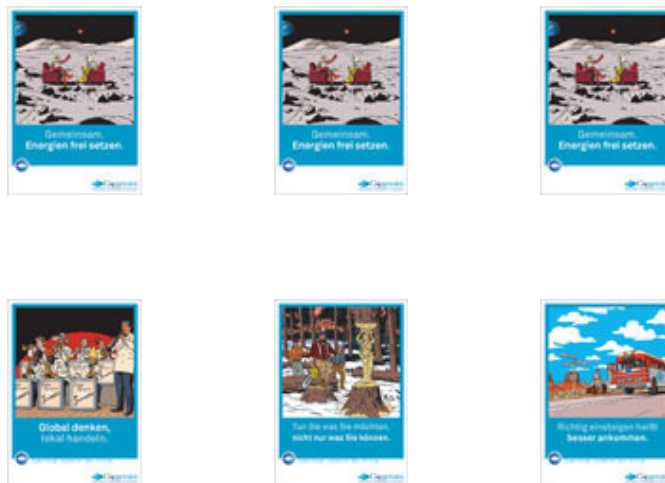


**Pressekontakt:**  
Capgemini  
Achim Schreiber  
Kurfürstendamm 21  
10719 Berlin  
030 88703-731  
[achim.schreiber@capgemini.com](mailto:achim.schreiber@capgemini.com)

## Capgemini startet Werbekampagne „Gemeinsam. Energien frei setzen.“

Berlin/Paris, 31. Oktober 2007 – Der Beratungs- und IT-Dienstleister Capgemini startet Anfang November rechtzeitig zum 40. Firmenjubiläum seine neue Werbekampagne. Im Mittelpunkt steht als Weiterentwicklung der bisherigen Ansätze der Slogan „Gemeinsam. Energien frei setzen.“. Die globale Kampagne zeichnet sich durch eine einfache, klare Sprache gepaart mit ungewöhnlichen Motiven aus der Comic-Welt aus und wurde von Publicis in Paris entwickelt.



Die neue Werbekampagne konzentriert sich auf das Ziel Capgeminis, mit seinen Kunden eng zusammenzuarbeiten und so Transformationen und Performanceverbesserungen zu ermöglichen, während der Handlungsspielraum und die Innovationsfähigkeit der Kunden vergrößert wird. Gleichzeitig verschafft es ihnen die

nötigen Freiheitsgrade für unternehmerisches Handeln und Innovation. Capgemini nennt dies „Collaborative Business Experience“, eine Positionierung, die vor einigen Jahren eingeführt wurde und nun mit einem konkreten Nutzen unterlegt wird: Energien frei setzen.

Die internationale Kampagne startet im November in den Ländern Frankreich, USA, Kanada und Indien in Form von Anzeigen, Außenwerbung sowie im Internet. In Großbritannien, Deutschland und den Niederlanden erfolgt ein zweistufiger Ansatz beginnend mit Schaltungen im Internet ebenfalls ab dem 5. November und ab Mitte Januar 2008 auch in den Printmedien sowie auf Großpostern an Flughäfen.

#### **Vorgeschaltete Internet-Kampagne**

Einen ungewöhnliche Weg wählte Capgemini für seine ‚Buzz‘-Kampagne im Internet. Innerhalb dieser wird eine fiktive Firma Highlet eingeführt, die als Gegenbeispiel für ein erfolgreiches Unternehmen steht. So erhält Highlet beispielsweise den „Status Quo Award“ für 25 Jahre Stagnation bei Prozessen, Logistik und IT. Highlet steht als perfektes Beispiel für ein Unternehmen, das sich nicht weiterentwickeln möchte. Für alle anderen Unternehmen, so die Aussage, steht Capgemini als Partner für Unternehmenstransformation bereit. Auf der Firmenwebsite [www.highlet.com](http://www.highlet.com) finden sich eine Reihe von Kommunikationskanälen wie Foren, Blogs oder auch eine Verlinkung mit der ebenfalls fiktiven New Wave-Band „The Eyeleters“. Die rein internetbasierte Teaser-Kampagne wird in sechs Ländern, darunter Deutschland, geschaltet.

*“Das Ziel dieser neuen Werbekampagne, die ihren Schwerpunkt auf Transformation setzt und die durch ihre schrittweise Veröffentlichung einen Aha-Effekt erzeugen will, ist es, unsere Führung und unser Profil in Deutschland zu stärken, indem wir das betonen, was uns von anderen unterscheidet: Auf unsere enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden, bei der Wissen, Know-how, Risiken und Ergebnisse geteilt werden, so dass Vorteile für beide Seiten entstehen“, so Thomas A. Becker, Director Marketing & Communications bei Capgemini Deutschland. „Der neue Slogan der Kampagne ‚Gemeinsam. Energien frei setzen.‘ und die Comiczeichnungen ermöglichen es uns, die Vorteile des Collaborative Business Experience in einer außergewöhnlichen Art zu kommunizieren und uns von Wettbewerbern abzusetzen“.*

### **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. Grundlage ist eine besondere Form der Zusammenarbeit: Collaborative Business Experience.

Capgemini beschäftigt weltweit rund 82.000 Mitarbeiter und erzielte 2006 einen Umsatz von 7,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>