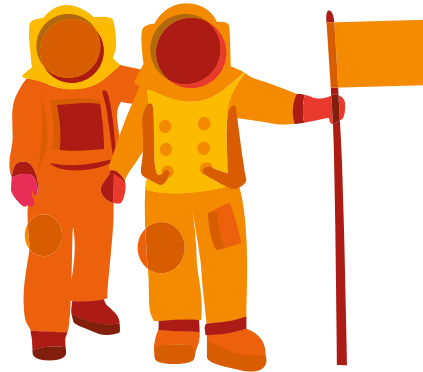


Trust in Transformation

Große Schritte macht man besser zusammen.

Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der Ihnen hilft, durch digitale Transformation neue Märkte zu erschließen: pwc.de/transformation



Kunde

PwC Deutschland, Düsseldorf

Verantwortlich

Santo Pane (Marketing Communications)

Angelika Yuki Kohler (Marketing Communications)

Matthias Hohlbach (Client Marketing)

Inger Etzel (Marketing Communications)

Alicia Pust (Marketing Communications)

Agentur

Ogilvy, Frankfurt

Verantwortlich

Dr. Stephan Vogel (Chief Creative Officer EMEA)

Lars Huvart/Peter Strauß (Creative Director)

Fan Ding/Ute Sonntag (Senior Art Director)

Holger Schupp (Senior Copywriter)

Frank Dittrich (Client Lead)

Sina Döring (Senior Account Manager)

Sandra Gutmann (Senior Strategic Planner)

Mediaagentur

Crossmedia, Düsseldorf

Verantwortlich

Hendrik Fernkorn (Gruppenleiter Media)

AUFGABENSTELLUNG

PwC Deutschland ist die führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland. Neben Deloitte, EY und KPMG gehört PwC zu den sogenannten „Big Four“, die einen Großteil der börsennotierten Unternehmen weltweit prüfen und beraten, z. B. in Fragen rund um die Digitalisierung von Geschäftsmodellen. Das heißt, PwC Deutschland muss sich nicht nur selbst kontinuierlich als Unternehmen weiterentwickeln, sie begleiten gleichzeitig auch Unternehmen aller Branchen in Zeiten des Wandels und machen sie fit für die digitale Transformation.

Moment mal – Wandel? Die Lust auf Wandel, Veränderung und Innovationsfreude sind hierzulande doch eher selten zu spüren? Schon seit Jahren geht die digitale Transformation in Deutschland doch nur schleppend voran. Wir haben die Digitalisierung viel zu lange auf die Seite geschoben und tun dies immer noch. 12 Prozent der deutschen Unternehmen sehen sich durch den digitalen Wandel in ihrer Existenz bedroht¹, aber nur jedes fünfte Unternehmen investiert in die Digitalisierung seines Geschäftsmodells². Wir sind wenig innovativ und verlieren an Wettbewerbsfähigkeit. Weil wir viel tüfteln, statt den großen Sprung zu machen. Knapp die Hälfte der deutschen Unternehmen bewahrt lieber, statt neue

Wege zu gehen³. Bestehende Strukturen werden verteidigt, große Entscheidungen gemieden. Das führt dazu, dass wir in vielen Bereichen festgefahren sind.

Das muss sich ändern! Wandel soll nicht länger als notwendiges Übel, sondern als Chance verstanden werden. Als Chance für Unternehmen, Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt – denn hier hat Deutschland

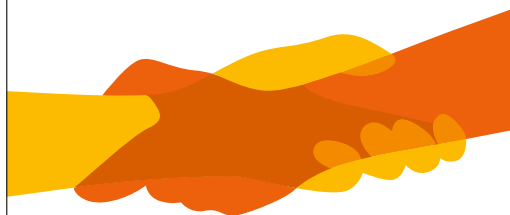
Nachholbedarf! Und da Wandel so häufig mit Unsicherheit, Risiken und dem Verlassen der Komfortzone verbunden wird, braucht es einen Partner, der Unternehmen hilft, diese Angst zu überwinden und stattdessen den Wandel aktiv zu gestalten.

¹ Bitkom 2020.

² Digitalreport 2021.

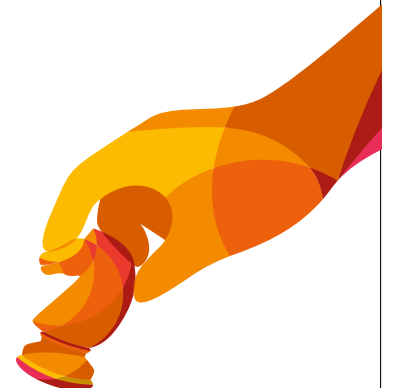
³ Bertelsmann Stiftung, Innovative Milieus in Deutschland, 2019.

Holmes hatte Watson. Hillary und Tenzing hatten einander. Wen haben Sie?



Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der Ihnen in jeder Phase der digitalen Transformation mit Rat und Tat zur Seite steht: pwc.de/transformation

Wenn Digitale Transformation ein Schachspiel wäre, wäre Technik das Brett.



Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der Ihnen hilft, den aktuellen Herausforderungen angemessen zu begegnen: pwc.de/transformation

ZIELSETZUNG

1. Image-Schärfung

B2B-Entscheidende sollen in PwC Deutschland einen vertrauensvollen Partner sehen.

2. Kampagnenperformance

Für die übergeordnete Wahrnehmung von PwC Deutschland spielen neben Kunden auch Medien, Politik, Gesellschaft und Mitarbeitende eine Rolle. Die Aufmerksamkeit in so einer großen Stakeholdergruppe kann PwC Deutschland sich nicht erkaufen. Umso wichtiger, dass die Kampagne zu Denkanstößen und weiteren Informationen anregt.

3. Mediaeffizienz

Die Kosten pro generierten Kontakt sollten im Vergleich zur PwC-Vorgängerkampagne „I am digital“ aus 2017 gesenkt werden.

STRATEGIE

PwC Deutschland will seinen Zielgruppen helfen, ihr Zaudern zu überwinden, und ihnen Vertrauen in Veränderung geben! Vertrauen in Veränderung? Das ist doch ein Widerspruch! Entscheidende in deutschen Unternehmen vertrauen doch am liebsten auf Bekanntes. Sicher, aber wir glauben: Wenn etwas besser werden soll, muss es sich verändern.

Und genau diesen Gedanken greifen wir auf, weil er der Antrieb für jede Art von Fortschritt ist. Denn wir wissen: Veränderung braucht in erster Linie Vertrauen. Vertrauen darauf, dass sich neuartige Chancen eröffnen. Vertrauen in sich selbst, in die eigenen Fähigkeiten, Erfahrungen und Instinkte. Vertrauen in andere, in die eigenen Mitarbeitenden, das Team und Partner.

Trust in Transformation. Vertraue in den Transformations-Partner PwC Deutschland!

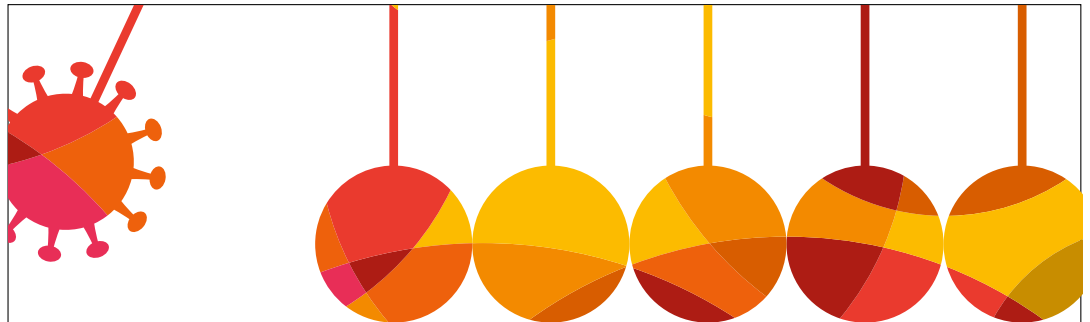
ERGEBNISSE

„Trust in Transformation“ schärft das Image von PwC Deutschland und macht die Marke zum vertrauenswürdigen Partner! Mit unserer Kampagne haben wir bei den B2B-Entscheidenden einen Nerv getroffen: Schon der erste Kampagnenflight konnte insgesamt mehr als 65 Mio. Kontakte erzielen. B2B-Entscheidende informierten sich im Kampagnenzeitraum deutlich häufiger auf pwc.de. Die Landingpage performte überdurchschnittlich. Und mehr als ein Drittel des Traffics unserer Kampagnenlandingpage kommt organisch – das zeigt: Die originellen Motive bleiben im Kopf und führen dazu, dass B2B-Entscheidende sich über PwC Deutschland informieren, sobald der hektische Arbeitsalltag es zulässt.

Eine Imageschärfung kann schwierig, langwierig und budgetintensiv sein. Sie muss es aber nicht, wie wir mit „Trust in Transformation“ eindrucksvoll zeigen konnten.

CASE SUMMARY

„Trust in Transformation“ ist mehr als ein Claim. Es ist eine Haltung, die dazu führt, mehr Lust auf Veränderung zu haben. Mit unserer Kampagne haben wir Deutschland Mut zur Veränderung gegeben und PwC Deutschland als vertrauensvollen Partner positioniert.

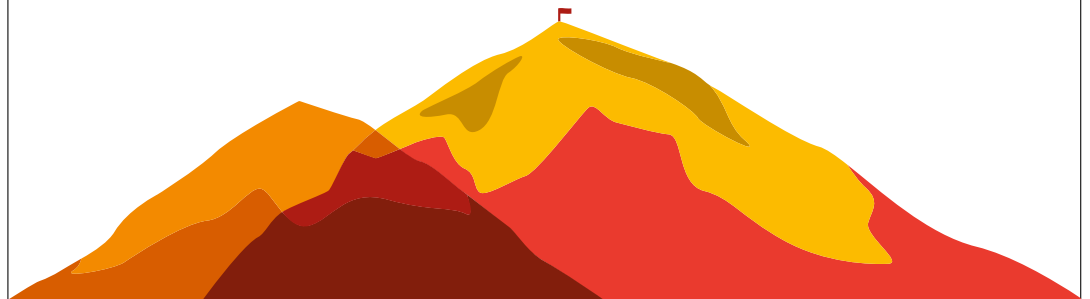


Sehen wir doch Covid-19 als Kick-Off für die Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie.



Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der Ihnen hilft, den aktuellen Herausforderungen angemessen zu begegnen: pwc.de/transformation

Transformation ist kein Spaziergang, sondern eine Erstbesteigung. Besser, wir gehen zusammen.



Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der auch in den schwierigsten Phasen der digitalen Transformation nicht von Ihrer Seite weicht: pwc.de/transformation