



Medienmitteilung

Zürich, 2. Februar 2012

upc cablecom gewinnt mit Carlos Leal die „Kampagne des Jahres“

Grosse Ehre für upc cablecom: Die Zeitschrift „Werbewoche“ verlieh der grössten TV-Anbieterin der Schweiz gestern in Zürich die Auszeichnung „Kampagne des Jahres“. Eine Fach- und eine Publikumsjury prämierten dabei die Werbekampagne von upc cablecom mit dem Schweizer Schauspieler und Musiker Carlos Leal.

Die im vergangenen Jahr gestartete Werbekampagne mit Leal als Hauptdarsteller war landesweit dreisprachig in sämtlichen Kommunikationskanälen zu sehen bzw. zu hören. Grosser Beliebtheit erfreute sich ein inzwischen weitherum bekannte TV-Spot: Dort beweist Leal Humor und Stehvermögen gegenüber dem starken Wind, der ihm ins Gesicht bläst und der die überlegene Internetleistung von upc cablecom über das Kabelnetz symbolisiert. Bei upc cablecom surfen die Kunden bis zu fünfmal schneller im Internet als mit den DSL-Angeboten der Konkurrenz. Dabei geht die Internetleistung nicht zurück, wenn parallel mehrere Fernsehgeräte gleichzeitig laufen. Der erwähnte TV-Spot kann hier angeschaut werden: <http://www.youtube.com/watch?v=nr6hqWJLXZ0>

Bei dem von der „Werbewoche“ organisierten Wettbewerb setzte sowohl eine Fach- als auch eine Publikumsjury die Werbekampagne von upc cablecom in der Kategorie „Kampagne des Jahres“ auf Rang eins. upc cablecom erhielt 34% aller Stimmen und damit deutlich mehr als der Zweitplatzierte (12%) und der Drittklassierte (11%). upc cablecom setzte sich gegen 17 namhafte Konkurrenten durch. Gestern Abend fand im Lake Side in Zürich die Preisverleihung statt. Die glückliche Gewinnerin upc cablecom war an der Veranstaltung durch Koen Verwee, Vice President Marketing & Products, und Beat Fingerhuth, Director Marketing Communication, vertreten.

Grosse Beachtung und viel Lob

Eric Tveter, Managing Director von upc cablecom, ist hoch erfreut über den Gewinn der Auszeichnung: „Die Werbekampagne mit Carlos Leal in der Hauptrolle ist humorvoll und hat upc cablecom in den vergangenen Monaten grosse Beachtung und sehr viel Lob beschert. Die Verleihung der Auszeichnung ‚Kampagne des Jahres‘ ist die Krönung für unsere Kampagne. Ich freue mich sehr darüber und bin überzeugt, dass upc cablecom und Carlos Leal weiterhin eine starke und erfolgreiche Partnerschaft verbinden wird.“



Leal ist seit dem vergangenen Jahr Markenbotschafter von upc cablecom, und beide Parteien streben eine längerfristige Zusammenarbeit an. Leal ist als Sohn spanischer Einwanderer in einem Vorort von Lausanne aufgewachsen. Als Sänger der französischsprachigen Hip-Hop-Band „Sens Unik“ erreichte er über die Landesgrenze hinaus Bekanntheit. In mehreren internationalen Film- und Fernsehproduktionen trat er als Schauspieler auf. Unter anderem wirkte er im James-Bond-Film „Casino Royal“ sowie in „Snow White“ und in „Sennentuntschi“ mit.

Medienschaffenden stehen wir für weitere Informationen gerne zur Verfügung:

upc cablecom

Media Relations

Tel. +41 44 277 99 99

media.relations@upc-cablecom.ch

@upcch_media

Über upc cablecom

upc cablecom – ein Unternehmen von Liberty Global – ist das grösste Kabelnetzunternehmen der Schweiz und versorgt seine Kundinnen und Kunden mit Angeboten in den Bereichen Fernsehen, Internet und Telefonie. Per 30. September 2011 zählte das Unternehmen über 1,5 Mio. Kabelanschlüsse mit Fernseh- und Radioempfang. 534'500 Kunden nutzen zusätzlich digitales Fernsehen und Radio von upc cablecom. Zudem vertrauen 535'400 Internet- und 349'500 Telefonie-Kunden auf die Produkte der grössten Schweizer Kabelnetzanbieterin. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Sprach-, Daten- und Mehrwertdienste für Geschäftskunden an. Kabelnetzunternehmen versorgt upc cablecom mit Anlagenbau sowie mit Anwendungs- und Übertragungsdiensten. Das eigene Netzwerk erschliesst über 2 Mio. Haushalte und umfasst alle grösseren Schweizer Städte. 2010 erzielte upc cablecom mit rund 1400 Mitarbeitenden einen Umsatz von mehr als 1,1 Mrd. Schweizer Franken.

<http://www.upc-cablecom.ch/about>

Über Liberty Global

Als international führender Kabelnetzbetreiber verbindet Liberty Global seine Kunden mit der Welt der Unterhaltung, Kommunikation und Information – dies mithilfe modernster Fernseh-, Sprach- und Breitband-Internetdienste. Per 30. September 2011 versorgten die Breitbandnetze von Liberty Global rund 18 Millionen Kunden in 14 Ländern: vor allem in Europa, Chile und Australien. Zu den Geschäftsfeldern von Liberty Global gehören ausserdem bedeutende Medien- und Programmunternehmen wie Chellomedia in Europa.

<http://www.lgi.com>