



Telenor lancerer ny kampagne med budskabet: Bliv fri som Bedste

2026-03-03 08:41 CET

## AI erstatter tung 3D-produktion i Telenor: Bedste får nyt liv

*Telenor har genopfundet sin mest kendte karakter ved hjælp af kunstig intelligens og samtidig halveret produktionstiden på nye kampagner. Skiftet fra manuel 3D-animation til AI-drevet produktion betyder, at teleselskabet nu kan producere hurtigere, billigere og i langt flere variationer end tidligere.*

Den digitale karakter Bedste, som siden 2021 har været frontfigur i Telenors markedsføring, bevæger sig nu ind i et nyt og mere dynamisk univers. Hun forlader sin stue og møder verden i mange forskellige scenarier.

Men det kreative løft dækker over et større strategisk skifte i måden, marketing produceres på, forklarer Christian Hoffmann, der er privatkundedirektør i Telenor Danmark.

”Vi har reduceret produktionstiden med ca. 50 procent. Samtidig kan vi producere langt flere varianter for færre midler, og udviklingsomkostningerne er reduceret markant. De ressourcer bruger vi nu på at styrke bredden i kampagnerne og investere mere i medier,” siger Christian Hoffmann.

### **Fra tung 3D til fleksibel AI**

Tidligere blev Bedste skabt gennem klassisk 3D-produktion, hvor hver bevægelse og detalje skulle animeres manuelt. Det gav høj kvalitet, men også lange produktionstider og begrænset fleksibilitet.

”I stedet for at animere hver en rynke og hvert et hårstrå på Bedste, kan vi nu langt lettere skabe både hende og universet omkring hende. Ud over at skabe en mere effektiv produktion, har det også skabt stor motivation i teamet, som udvikler sig og engagerer sig i at lære AI-produktionen,” siger Christian Hoffmann.

Med AI kan karakterens bevægelser og udtryk genereres hurtigere, og universet omkring hende kan skaleres og tilpasses forskellige budskaber og platforme uden at starte forfra hver gang.

### **Flere varianter**

Ifølge Christian Hoffmann betyder det nye setup, at kampagner kan udvikles og tilpasses markant hurtigere. Det forkorter tiden fra idé til lancering og gør det muligt at producere flere målrettede varianter til forskellige kanaler og kundesegmenter.

”For Telenor er relanceringen både en kreativ opdatering, men et konkret eksempel på, hvordan kunstig intelligens kan omsættes til effektiv drift og bedre ressourceudnyttelse i en marketingorganisation,” siger Christian Hoffmann.

Samtidig bruges flere kompetencer in-house. Marketingteamet arbejder nu direkte med AI-værktøjerne, mens bureauet &Co i højere grad fokuserer på idéudvikling og avanceret AI-videoproduktion.

Bedste blev introduceret i 2021 som Telenors digitale superbruger med ambitionen om at formidle både friheden til at opleve og trygheden til at turde i en digital hverdag. Med det nye AI-univers kan karakteren nu optræde i langt flere scenarier – fra rejse og roaming til digitale tryghedsløsninger.

Den nye kampagne lanceres 3. marts 2026 under budskabet: *Bliv fri som Bedste.*

---

Telenor hjælper danskerne med at skabe gode forbindelser via mobil og internet. Vores mål er at skabe sammenhæng i vores kunders digitale liv og i det danske samfund. Derfor investerer vi hvert år massivt i innovation og i udvikling af den danske teleinfrastruktur.

Telenor er en del af Telenor-koncernen, som opererer i hele Norden og i Asien, og på verdensplan hjælper vi 186 millioner kunder med at kommunikere. I Danmark er vi ca. 900 medarbejdere, har 38 butikker fordelt over hele Danmark og gør hver dag vores yderste for at gøre det nemt for vores kunder at kommunikere og sikre deres forbindelse på både mobil og internet. I Danmark er CBB Mobil også en del af Telenor-familien. Du kan læse mere om os på [www.telenor.dk](http://www.telenor.dk).

## Kontaktpersoner



### **Telenors pressetelefon**

Pressekontakt

[info@telenor.dk](mailto:info@telenor.dk)

25 600 800