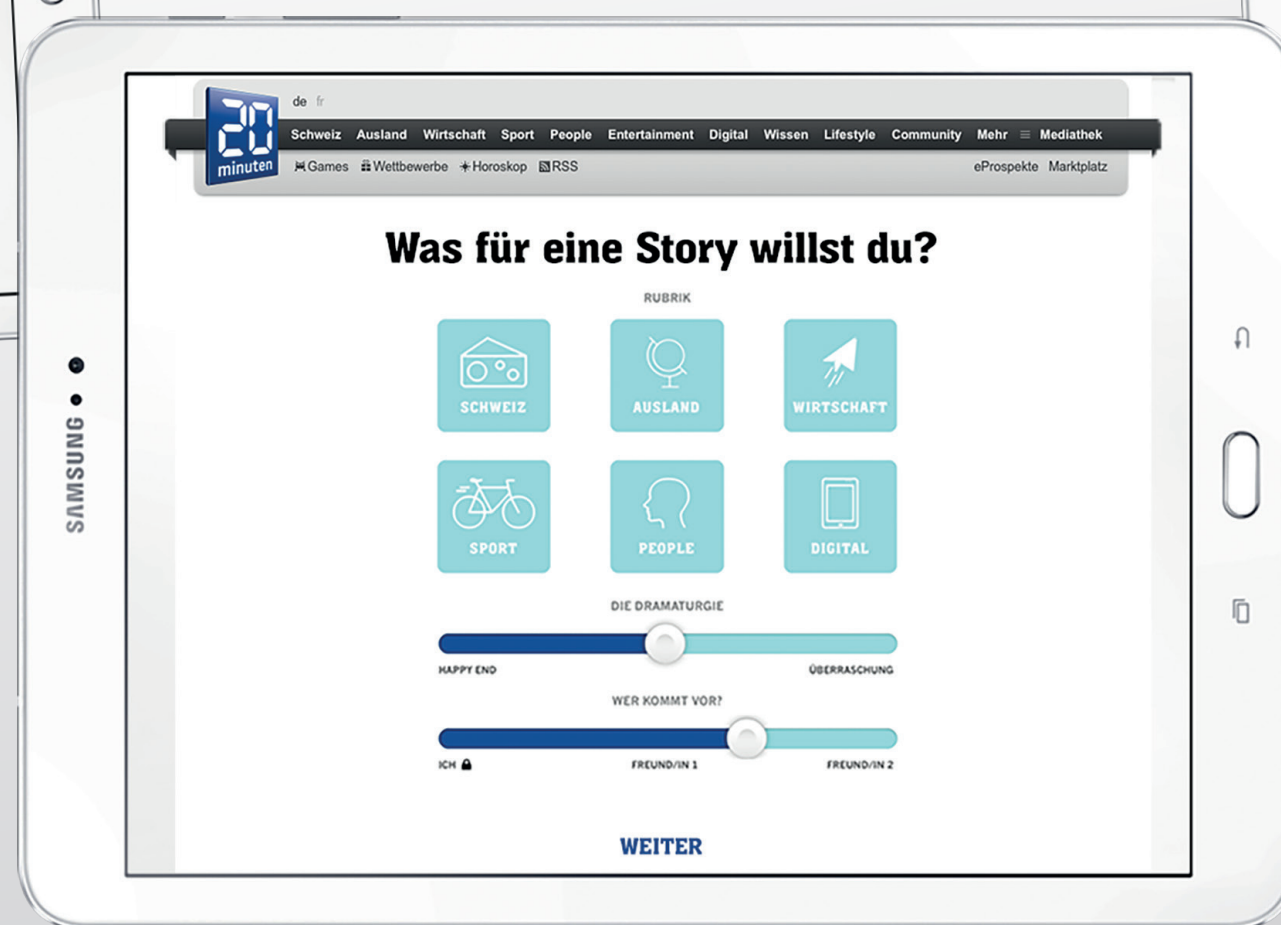




- MICROSITE**
Auf der Kampagnen-Microsite konnten User fiktive News-Stories lesen und selber personalisierte Stories generieren.

- NEWS-GENERATOR**
Dazu machte man ein paar persönliche Angaben wie Name, Wohnort oder Alter und schon erstellte der Samsung News-Generator eine von über 100 Stories, die perfekt auf den User und seine Freunde zugeschnitten war.



- VIRALITÄT**
Zu Schlagzeilen wie «Ist Max Muster ein Ausserirdischer?» oder «Monika Muster erfindet die Döner-Drohne» konnte man das eigene Facebook-Profilbild hinzufügen und fertig war der Beitrag, der sich über Social Media mit Freunden teilen liess.

- AKTIVIERUNG**
Beworben wurde «20 Minuten Me by Samsung» nicht mit einer «klassischen» Online Kampagne, sondern über Native Ads und sponsored Content, die in das redaktionelle Umfeld von 20 Minuten integriert waren.



50'000 user generated stories!

AUFGABENSTELLUNG

Das neue Galaxy TabS2 von Samsung ist das ideale Tablet für die persönliche Unterhaltung und Freizeit. Aber wie erklären wir das den Schweizerinnen und Schweizern?

LÖSUNG

Zum Launch des neuen Tablets entwickelten wir eine Kampagne, mit der jeder Schweizer zum Helden seiner eigenen News-Story werden konnte – in Medienkooperation mit dem grössten Unterhaltungsanbieter der Schweiz, 20 Minuten.

ERGEBNIS

Innerhalb von zwei Wochen zählte die Microsite 1 Million Aufrufe mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 3.5 Minuten. 50'000 persönliche News-Stories wurden erstellt und tausendfach geteilt. Dabei liefen 49% aller Shares über WhatsApp, womit die Kampagne erfolgreich in ein bislang komplett werbefreies Umfeld vorstieß.

SAMSUNG