



Pressemitteilung

Hannover, 4. Januar 2017

PiCK UP! mischt den Dschungel auf

- PiCK UP! bringt seinen kultigen Facebook-Auftritt ins Fernsehen
- Tagesaktuelle TV-Werbung thematisiert die Ereignisse im Camp
- User können mit Virtual Reality-Brille PiCK UP! Riegel fangen

Der Kekscriegel PiCK UP! setzt rund um das RTL-Dschungelcamp ein einzigartiges Content Marketing-Konzept um. Dazu zählen ein mit RTL-Vermarkter IP Deutschland zusammen entwickeltes Virtual Reality -Game, TV-Spots im Facebook-Style sowie höchst unterhaltsame Aktionen auf der Website und den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram.

Wenn demnächst die Promis im australischen Urwald um die Krone des Dschungelkönigs kämpfen, gehört auch PiCK UP! dazu. Rund um das TV-Event „Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!“, das von 13. bis 28. Januar bei RTL wieder Millionen von Zuschauern unterhalten wird, hat das Team von PiCK UP! zusammen mit dem RTL-Vermarkter IP Deutschland und der Agentur Elbdudler für den „etwas anderen“ Kekscriegel eine kanalübergreifende Multiscreen-Kampagne entwickelt. Diese beinhaltet ein Virtual Reality Game, tagesaktuelle Fernsehwerbung im Facebook-Style, digitale OOH-Plakate, ein Gewinnspiel sowie eine intensive Präsenz auf den Social Media-Kanälen Facebook und Instagram - von tagesaktuellen Posts bis hin zu Videos, die in Form eines „Riegel TVs“ die Geschehnisse im Dschungel auf lustige Art und Weise aufgreifen. „PiCK UP! setzt mit dieser Kampagne einmal mehr besondere Akzente und ist wie immer ganz nah bei der Zielgruppe“, sagt Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung Bahlsen D-A-CH. „Es dürfte bislang nur ganz wenige Kampagnen geben, die rund um ein TV-Event alle relevanten digitalen Kanäle so eng und kreativ miteinander verknüpfen.“

Mit Virtual Reality in den Dschungel

Ab 11. Januar, kurz bevor die ersten Bewohner in das Dschungelcamp einziehen, können sich die User in den App-Stores ein zusammen mit IP Deutschland entwickeltes Virtual Reality Game

Unternehmenskommunikation

Christian Bahlmann
Leiter Unternehmenskommunikation

T +49 (0)511 960 2408
F +49 (0)511 960 2442
Presse@bahlsen.com
www.bahlsengroup.com

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland



herunterladen. Bei dem Spiel werden die Teilnehmer über VR-Brillen oder Cardboards in die Fauna des Dschungels versetzt und können dort umherfliegende PiCK UP! Riegel jagen. Eine Highscore-Liste zeigt die besten virtuellen PiCK UP! Jäger.

Dschungelprüfung mit Selfie

Das Virtual Reality-Game verlinkt im Spielverlauf auf die Microsite www.pickup.de/dschungel, auf der die User ihre eigene Dschungelprüfung ablegen können. Die Website holt das Camp nach Deutschland und stellt die Besucher in typischer PiCK UP! Manier vor eine leicht absurde Herausforderung: Sie sollen ein Selfie mit dem wildesten Tier der unmittelbaren Umgebung aufnehmen und dieses mit dem Hashtag #DschungelBestie auf Facebook oder Instagram posten. Unter den Absendern der ausgefallensten Bilder werden VR-Brillen samt dazugehörigem Smartphone sowie Dschungel-Fanpackages und PiCK UP! Riegelpakete verlost.

Dschungelprüfungen werden frech kommentiert

Herzstück der Kampagne ist die kreative TV-Präsenz von PiCK UP! und deren enge Verzahnung mit den Social Media-Plattformen Facebook und Instagram. Bereits wenige Minuten nach absolvierter Dschungelprüfung legt sich ein PiCK UP!-Rahmen um das laufende Programm. In diesem Framesplit wird mit animierten Bildern des Riegels und frechen Sprüchen unmittelbar auf die gerade absolvierte Dschungelprüfung Bezug genommen. Das Neue hierbei ist, dass die Werbeform nicht nur mit tagesaktuellen Texten und situativ passenden Motiven gestaltet, sondern auch durch einen Sprecher vertont wird. „Unsere frechen Postings auf Facebook und Instagram genießen vor allem unter jüngeren Menschen inzwischen Kultstatus und erreichen jedes Mal rund 500.000 Fans. Jetzt verlängern wir diese erfolgreiche Strategie ins Fernsehen“, sagt Sonja van Daelen, Brand Managerin PiCK UP!, Bahlsen Business Unit D-A-CH. „Dazu müssen alle Beteiligten äußerst eng zusammenarbeiten. Denn für die Kreation der Bilder und Texte, ihrer Inszenierung und Vertonung sowie Abstimmung haben wir bis zur Ausstrahlung nur wenige Stunden Zeit.“ Dass das PiCK UP! Team solche Herausforderung allerdings locker bewältigen kann, hat es bereits im vergangenen Jahr bewiesen. Im Januar 2015 wurden tagesaktuelle TV-Spots ausgestrahlt, wofür die Marke den Deutschen Mediapreis erhalten hat.



Social Media auf digitalen OoH Screens

Die Social Media-Plattformen werden sich während der Ausstrahlung von „Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!“ ohnehin zu einer unterhaltsamen Anlaufstelle der Fans entwickeln. Denn dort werden kontinuierlich Postings veröffentlicht, die mit ironischen Sprüchen die Konflikte im Camp thematisieren. Deren Wirkung wird dabei nicht auf das Smartphone beschränkt bleiben. „Wir übertragen die Posts auch zeitnah auf rund 1.200 OoH-Screens von Ströer in rund 110 Städten“, sagt Sonja van Daelen. „Wir verlängern unsere Facebook-Kampagne also nicht nur ins Fernsehen, sondern auch auf Bahnhöfe und in den Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs. Für Fernsehzuschauer, die mal eine oder zwei Folgen des Dschungelcamps verpasst haben, lohnt sich ebenfalls ein Besuch von Facebook und Instagram. Denn dort gibt es das „Riegel TV“ von PiCK UP!, das Videos zeigt, in denen mit einem Augenzwinkern und ganz einfachen Mitteln die wichtigsten Szenen noch einmal nachgespielt werden.

In die Kampagne sind auch die Zuschauer in Österreich eingebunden, wodurch sie zusätzliche Schubkraft erhält. Die TV Framesplits sind zeitgleich bei RTL in Österreich zu sehen. Die österreichischen Fans können zudem am Gewinnspiel teilnehmen und haben Zugang zur App mit dem Virtual Reality Game.

Sollten Sie Fragen haben oder weiteres Pressematerial benötigen, wenden Sie sich gerne an unsere PR-Agentur:

K3 Presseagentur GmbH
Simone Láposy
Tel: 08178-997671
Mobil: 0172-6151966
Email: s.lapossy@k3presseagentur.de

Über PiCK UP!

PiCK UP! ist der etwas andere Riegel und steht daher auch für „Anders macht mehr Spaß“. Überall ist alles zart und die Schokolade zergeht schon auf dem Weg in den Mund. Nicht so bei PiCK UP!, dieser coole Riegel ist knackig, frech und anders - und das auf der ganzen Linie. PiCK UP! ist eine Marke der Bahlsen Group.