

Galaxy S8: Samsung und Jung von Matt/Limmat lösen Jagdfieber in der Schweiz aus

Zwölf Tage, 22 Smartphones und über 100'000 begeisterte Smartphone-Jäger: Mit der Aktion «Hide&Seek» lösten Jung von Matt/Limmat und Samsung in der Schweiz ein regelrechtes Jagdfieber nach dem neuen Galaxy S8 aus.

MEDIENMITTEILUNG, 24.05.2017

Das Design des neuen Samsung Galaxy S8 ist eine Revolution in der Smartphone-Branche. Das State-of-the-art «Infinity Display» kommt fast ohne Rahmen und gar ganz ohne physischen Home-Button aus. Somit kann man sich ein auf dem neuen Samsung Galaxy S8 aufgenommenes Foto «ohne Rand» anschauen und vor dem fotografierten Objekt gehalten, fügt es sich nahtlos in den Hintergrund ein. Eine Steilvorlage für ein grossangelegtes Versteckspiel.

Im Rahmen der «Hide&Seek»-Aktion konnten sich Schweizerinnen und Schweizer vom 3. bis 14. Mai im ganzen Land auf die Suche nach 22 bestens getarnten Smartphones begeben. Unter den Verstecken befanden sich spektakuläre Destinationen wie der Flimser Caumasee, die natürliche Felsarena «Creux du Van» im Val de Travers oder die Lieblingssorte Schweizer Promis, von Model Ronja Furrer über Sänger Seven zu Freeskierin Fanny Smith. Via Social Media, WhatsApp und einer Microsite gelangten die Suchenden an wertvolle Tipps zu den Verstecken. Wer das Smartphone als erstes entdeckte, durfte es direkt mit nach Hause nehmen.

Ziel der Aktion war, die Schweizer Bevölkerung auf das neue Samsung Smartphone aufmerksam zu machen und gleichzeitig eines der zahlreichen neuen Features, namentlich das «Infinity Display», spielerisch hervorzuheben. «Heute reicht es nicht mehr, einfach ein paar TV-Spots zu schalten und Plakate aufzuhängen. Die Konsumenten wollen involviert und gefordert werden. Genau das haben wir mit ‚Hide&Seek` gemacht», sagt Dennis Lück, Chief Creative Officer bei Jung von Matt/Limmat. «Mit ‚Hide&Seek` wollten wir das Samsung Galaxy S8 nicht nur erreichbar und bekannt machen, sondern auch eine gewisse Begehrlichkeit für das Smartphone wecken. Dem Ansturm nach ist uns das auch durchaus gelungen», ergänzt Heiko Brunner, Marketingleiter bei Samsung Schweiz.

In der Tat wurden einige Verstecke regelrecht überrannt. So stürmten Suchende schweizweit in Samsung Shop-in-Shops, in der Hoffnung ein Samsung Galaxy S8 zu ergattern. Ein weiterer Samsung-Fan verfolgte den VJ quer durch die Schweiz, nur um Hinweise auf das nächste Versteck zu bekommen.

Die Aktion «Hide&Seek» wurde über Online- und Mobile Banner, Social Media, Influencer Engagement, Newsletter, Advertorials und Partner-Kanäle kommuniziert. Neben der physischen «Hide&Seek» gab es auf der Microsite auch ein digitales Versteck – ein hochauflösendes Suchbild mit einem gut versteckten Galaxy S8. Unter allen Findern wurden drei Smartphones verlost. Eine weitere Besonderheit der Microsite war die Einbindung eines WhatsApp Push-Kanals. Wer sich online anmeldete, erhielt die nächsten Tipps bequem via Messaging-Dienst aufs Handy.

Case-Film: <https://youtu.be/dBSXxyBefo4>

Bildmaterial: <http://share.jvm.ch/J7Pfj>

JUNGvMATT

Verantwortlich bei Samsung

Fabian Fehr (Head of Marcom), Allan Haverman (Marcom Manager Mobile)

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Lorenz Clorman, Samuel Wicki (Creative Direction), Michelle Danilschenko (Art Direction), Ennio Cadau, Isabel Stenner (Text), Cyrill Lehmann, Johannes Leonhard, Sebastian Wohlrab (Web Development), Daniela Chiani (Media Relations & Content), Nicolas Renzen, Thomas Steiner, Sibylle von Fischer, Vanessa Zwinselman (Beratung), Bettina Beyeler, Fabrizio Rütishauser, Pepe Kägi (DTP), Dennis Lück (Chief Creative Officer)

Externe Partner

Marco Frei (VJ), Compresso (Eventagentur), Oliver Nanzig (Fotografie), Starcom Mediavest (Media)