

## **Jung von Matt: Der Marsch ins Glück.**

**Jung von Matt und Blick geben der Wunschkampagne «Heute ist alles drin.» neuen Schub. Im heute lancierten, dritten Viralfilm zur Marketingaktion erleben 17 Offiziersanwärter der Schweizer Armee während ihrer Durchhalteübung 3 unvergessliche Überraschungen.**

### **Medienmitteilung, 15. November 2016**

Was wünscht man sich eigentlich am meisten, während man 60 Kilometer marschieren muss? Im rund dreiminütigen Film werden 17 Offiziersanwärter auf dem kräftezehrenden 60-Kilometer-Marsch begleitet, um diese Frage zu beantworten. Die ersten Kilometer und der Schlafentzug mehrerer Tage drücken an diesem Oktobermorgen aufs Gemüt. Als die Armeeangehörigen im Morgenrauen das Lichtspiel einer Chilbi-Attraktion erspähen, nimmt der Marsch eine bewegende Wendung. Es sollte, nicht nur aufgrund der Anstrengungen, ein unvergesslicher Marsch für die Anwärter werden – denn die Wünsche nach Erholung, Überraschung und sogar nach dem Essen von Mama wurden erfüllt.

### **Reporterteam fängt grosse Emotionen ein.**

Die Überraschten wurden unter falschem Vorwand von einem Kamerateam begleitet. Dieses setzte nicht wie angekündigt eine Reportage um, sondern fing hautnah die drei Überraschungen inklusive aller Emotionen ein. Das rund 25-köpfige Team schaffte es, dank wachem Geist und sechs Kameras, alle Überraschungsmomente filmisch festzuhalten.

Der Film macht ab heute auf die Blick-Wunschkampagne aufmerksam. Kurzversionen sind zudem im Kino, TV und in Onlinewerbeformaten zu sehen.

### **Über die Blick-Wunschkampagne.**

Seit Sommer 2015 können die Leserinnen und Leser von Blick und SonntagsBlick unter [www.blick.ch/wunsch](http://www.blick.ch/wunsch) ihre Wünsche formulieren. Mit etwas Glück werden diese vom hilfsbereiten Wunschteam der Blick-Gruppe erfüllt. So wurden schon über 40 Mal Menschen mit den unterschiedlichsten Wünschen glücklich gemacht.

Manche dieser berührenden Wünsche und ihre überraschende Verwirklichung werden zu unterhaltsamen Geschichten, die für die Redaktionen der Blick-Titel interessanten Content schaffen. So haben nicht nur die Wunscheinreicher, sondern auch die Leserinnen und Leser etwas von der Kampagne. Die Blick-Titel beweisen mit dieser Aktion die Nähe zu ihrer Leserschaft.

# JUNG v. MATT

an der Limmat

## **Links zum Wunschhub/Film:**

<http://www.blick.ch/wunsch>

<https://www.youtube.com/watch?v=0LWkMjWiLxI>

<https://facebook.com/blick/videos/10154794012838919/>

## **Verantwortlich bei Ringier**

Nicolas Pernet (Leiter Marketing Blick-Gruppe)

Marie-Eve Blumer (Projektleiterin Marketing Blick-Gruppe)

## **Verantwortlich bei Jung von Matt**

Dennis Lück (Chief Creative Officer)

Samuel Wicki (Creative Direction)

Johannes Raggio (Creative Direction)

David Hanselmann (Art Direction)

Jan Kempfer (Text)

Tanja Jablanovic (Grafik)

Sarida Bossoni (Art Buying)

Sabrina Arthur, Kathrin Gautschi, Marie-Hélène Thornton, Andrea Braschler, Nicolas Renzen (Beratung)

Joël Frey, Cosima Lang, Josefine Krabbe (PR, Content und Seeding)

## **Externe Partner**

Pumpkin Film AG (Produktion)

Kai Sehr (Regie)

Jingle Jungle AG (Tonstudio)