

Das Geheimnis

ns

05.01.2012 10:38



Auf virales Marketing setzt Ricola mit seiner neuen Kampagne, die von der Agentur **webguerillas** konzipiert und realisiert wurde. Deren Kern ist ein Imagefilm, den sich Konsumenten in einem virtuellen Kinosaal anschauen können.

Auf der Flash-Microsite oder der adaptierten Mobile Version können die

Ricola-Kinobesucher per **Facebook**-Connect entweder mit ihrem Facebook-Profilbild oder einem anonymen Avatar im Kinosaal Platz nehmen, um den fünfminütigen Film "**Der Kuss**" anzusehen. Dabei erfahren die Zuschauer, worin das Geheimnis des Schweizer Kräuterbonbons liegt - wer es erfunden hat, dürfte sich bereits herumgespröchen haben.

Nach dem Film gibt es zudem die Möglichkeit an einem Gewinnspiel teilzunehmen, wobei die Zahl und Art der möglichen Gewinne von der Anzahl der Zuschauer abhängt. Ab 15.000 Kinogästen gibt es beispielsweise 3D-Fernseher zu gewinnen. Um eine möglichst hohe Zuschauerzahl zu erreichen, können Nutzer auch Freunde in das so genannte Ricola Cinema einladen. "Einen Imagefilm, der früher vereinzelt Besuchern vor Ort gezeigt wurde, können wir über Social-Media-Kanäle in kurzer Zeit einem globalen Publikum vorführen und weltweit publik machen", kommentiert Janine Gauch, Social Media Manager von Ricola, die neue Internetkampagne.

Der Ricola-Film "Der Kuss" wurde beim Corporate Festival in Cannes mit dem Goldenen Delphin und beim internationalen World Media Festival in Hamburg mit dem Grand Award ausgezeichnet. Beim deutschen Filmwettbewerb "Die Klappe" schaffte es der Imagestreifen auf die Shortlist. Kleiner Tipp für den virtuellen Kinobesuch: Wer kein Schweizerdeutsch versteht, sollte unbedingt die deutschen Untertitel aktivieren.