Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

19.12. 2022

Creators künden den Launch des neuen M-Budget Energy Drinks vor über 6 Millionen Fans an

Von House of Influence

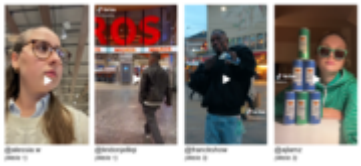


Bild Rechte
WebStages GmbH

(Zürich)(PPS) **Mit über 35 Millionen verkauften Dosen gehört der M-Budget Energy Drink zu den beliebtesten Produkten von M-Budget. Nun erhielt der beliebte Energy Drink ein neues Design. Die Influencer-Marketing Agentur WebStages begleitete dies und setzte die Kampagne mit den Creators auf Instagram, TikTok und Twitch um.**

Die Social Media Kampagne bestand aus drei Wellen, davon wurden zwei von insgesamt 26 Creators begleitet. Diese erstellten in Eigenregie 30 Beiträge und 3 Streams, welche mit einem Publikum von über 6 Millionen Fans auf Instagram, TikTok und Twitch geteilt wurden.

«Um das Kampagnenmotto *New Look. Same Taste.* mit noch mehr Emotionen aufzuladen, wollten wir bei dieser Kampagne einen Schritt weitergehen. Statt direkt mit der Auflösung zu kommen, konnten wir gemeinsam mit M-Budget und True Story für die wohl beste Gerüchteküche des Jahres sorgen.» erklärt Tanja Herrmann, die Geschäftsführerin von WebStages.

Denn für den Start der Kampagne wurde ein Gespräch zwischen Migros-Mitarbeitenden inszeniert, welche sich darüber unterhalten, dass der M-Budget Energy Drink aus dem Regal genommen wird. Das Ganze wurde «zufällig» von der Influencerin @alessia.w festgehalten, kommentiert und veröffentlicht. Das Shooting fand in Zusammenarbeit mit der Agentur True Story in der Filiale am Limmatplatz statt. Verschiedene Creators nahmen dann das Gerüchtevideo von Alessia auf und erstellen mittels «Stich» oder «Duett» ein eigenes Video für ihren Kanal. In diesem teilten sie ihre Reaktionen auf das Gerücht mit ihrer eigenen Community. Um die Gerüchteküche weiter anzuheizen, postete @arturitodiepls, die regelmässig für M-Budget Content erstellt, einen Screenshot einer Unterhaltung zwischen ihr und der Migros. Darin konfrontierte die Influencerin die Migros mit dem Gerücht. Die Migros – eingeweiht in die Kampagne – behauptete darauf hin, dass sie dazu keine Stellung nehmen kann. Die Nicht-Antwort der Migros, sorgte für das perfekte Chaos für die Fans des Energy Drinks.

In der zweiten Phase veröffentlichte die Migros auf ihren Kanälen eigene Videos rund um den Energy Drink. Dabei nahmen sie jedoch nach wie vor keine Stellung zum Gerücht.

Nach der Verwirrung kam in der dritten Welle endlich die lang ersehnte Auflösung: Der Energy Drink bleibt im Regal, bekommt jedoch ein modernes neues Design. Hierfür wurden die bestehenden Creators aus der ersten Welle mit weiteren unterschiedlichen Creators auf TikTok, Instagram und Twitch ergänzt. Alle vermittelten in ihrem eigenen authentischen Stil die Botschaft «New Design, Same Taste». Es entstanden eine bunte Bandbreite an Beiträgen: von Comedy über Vlogs bis hin zu Fashion und Sport Videos.

«Wir konnten für die Kampagne eine tolle Mischung an Creators aus der ganzen Schweiz und aus verschiedensten Bereichen gewinnen. Dadurch, dass alle das Motto unterschiedlich interpretierten, wurden die Communitys sowie wir während den Projektwochen stetig mit neuen inspirierenden Ideen und Content beschert.» meint Kerry Stieger, die Projektleiterin seitens WebStages.

Seit dem 14. November 2022 ist der Energy Drink mit dem neuen Design in den Filialen erhältlich. Nach wie vor sind die drei Ausführungen – Original, ZERO Sugar und Pomegranate – erhältlich.

Credits:
Verantwortlich bei WebStages: Kerry Stieger (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie)
Verantwortlich bei Migros: Marc Zurbrügg (Brand Manager, Gesamtverantwortung), Franziska Coninx (Abteilungsleiterin strategische Eigenmarken), Sharuch Shabbir (Social Media Manager)
Verantwortlich bei TrueStory: Norbert Rieger, Lukas Horst, Elie Kerbage. Verantwortlich bei Web Republic: Shelby Thomson. Verantwortlich Videoproduktion: TrueStory in Kooperation mit Marco Egger, Milo Ruder, Sven Probst, Luca Steiner.

Über die Organisation:

Die führende management- und softwareunabhängige Influencer Marketing Beratungsagentur hat seit Herbst 2017 ihren Sitz im Züricher Seefeld. Das gesamte Team berät Kunden in allen Landessprachen sowie im gesamten DACH-Raum bei ihren Influencer-Projekten. Von der Strategie, zur Konzeption über die Selektion, Gagen- und Vertragsverhandlungen, dem Kampagnenmanagement hin zu individuell aufbereiteten Reportings und Workshops bietet die Agentur alle Influencer-Marketing Services aus einer Hand.

Neben den Kampagnen die WebStages für Kunden wie Migros, Hirslanden oder Ricola umsetzt, ist WebStages auch der Veranstalter der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: den WebStage MASTERS. Seit 2020 arbeiten die WebStage Masters aus Zürich und das Royaume des Pros aus Genf auf strategischer Ebene zusammen. Die beiden Veranstalter vereinen knapp 1'000 Besucher im Bereich Social Media Marketing jedes Jahr.

Pressekontakt:

WebStages GmbH
Bellerivestrasse 20
8008 Zürich

Tanja Herrmann
Geschäftsführerin
+41 79 820 58 06
tanja @ webstages.ch

Kategorie

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/creators-kuenden-den-launch-des-neuen-m-budget-energy-drinks-ueber-6-millionen-fans*