

11.12. 2023

ERSTE METAVERSE APOTHEKE DER SCHWEIZ: AMAVITA BRINGT JUGENDLICHE MIT HILFE VON CREATORS ZUR BERATUNG INS METAVERSE

Von House of Influence

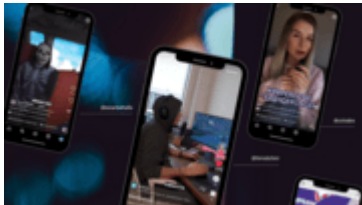


Bild Rechte

WebStages GmbH

(Zürich)(PPS) **Amavita revolutioniert den Bereich Gesundheit für Jugendliche mit der Eröffnung der ersten virtuellen Beratungsstelle für Jugendthemen im Metaverse. Über Instagram, Twitch und TikTok erreichten sie durch die Zusammenarbeit mit sieben Influencer:innen mehr als 1.3 Millionen Menschen. Für die Umsetzung beauftragte das grösste Schweizer Apotheken-Netzwerk die Influencer Marketing Agentur WebStages.**

Amavita möchte mit diesem innovativen Ansatz die Hemmschwelle von Jugendlichen beim Besuch von Apotheken abbauen und den Erstkontakt positiv gestalten. Durch die Integration des Vitaverse, in das beliebte Videospiel Fortnite können Jugendliche nun bequem von zu Hause aus auf anonyme Beratung zu Themen wie Körperpflege, Liebe und Sexualität zugreifen - frei von Scham und Vorurteilen.

Um das Vitaverse innerhalb der Zielgruppe bekannt zu machen, arbeitete Amavita mit sieben Schweizer Influencer:innen aus den Bereichen Comedy und Gaming &

Streaming zusammen. Diese stellten ihren Communitys in Storys, Livestreams und Videos die Ama Island auf Fortnite mit allen Funktionen vor.

«Bei dieser plattformübergreifenden Kampagnen war neben der smarten Customer Journey die passende Tonalität für ein so sensibles Thema das oberste Ziel. Um dies zu gewährleisten, gleisten wir mit jeder einzelnen Creator:in und Amavita kleine Brainstormings auf, bei denen der kreative Lead bei den Influencer:innen lag. So konnten sich beide Seiten offen austauschen, was die beste Grundlage für glaubwürdigen Content ist», erklärt Tanja Herrmann, die Geschäftsführerin von WebStages.

Die bekannte Ostschweizer Streamerin @corinabrx und der Basler Comedian @timitime_ entschlossen sich dazu ihrer Community das Vitaverse direkt in einem Livestream auf Twitch zu zeigen und gemeinsam die Fortnite Insel zu erkunden. Dies ergänzten sie mit einem passenden Reel, welches auf Instagram veröffentlicht wurde. Die Comedy Sketches von TikTok-Größen wie @therealscherz (16.3 Mio Aufrufe), @hoi.manuel (31.4 Mio Aufrufe) und @thatbeniii (63.8 Mio Aufrufe) zeigten alle drei lustige Interpretationen von Gesprächen eines Jugendlichen und seinen Eltern oder der Freundin zum Thema sexuelle Gesundheit und Aufklärung. Im Instagram Beitrag des Comedians @leonardkhalifa ist die Vorbereitung einer Fortnite Mission zu sehen, welche eine etwas andere Richtung nimmt und schlussendlich im Vitaverse endet. Zu guter Letzt lies Joel von @widrluege zwei Follower bei einer Challenge gegeneinander antreten und veröffentliche ein TikTok und Reel auf Instagram dazu.

In einem zweiten Schritt wurden alle Beiträge der Influencer:innen beworben. Zudem ermöglichte die Bewerbung der Beiträge eine direkte Verlinkung auf die Landingpage von Amavita.

Neben den Influencer-Ads wurden ebenfalls kampagnenspezifische Ads geschaltet, welche auf die Webseite von Amavita Playsafe sowie die Fortnite Insel aufmerksam machten. «Der Cost per Click der Influencer-Beiträge war um 46% tiefer als derjenigen der klassischen Ads, obwohl die Beiträge im Schnitt 60 Sekunden lang sind. Dies ist auf die positiven Reaktionen bei der Zielgruppe zurückzuführen und zeigt, dass das Ansprechen von Jugendlichen durch Influencer:innen, die ähnliches erlebt haben, eine grössere Wirkung hatten als durch die Brand» erklärt, Leila Schmid, Campaign Managerin bei WebStages.

Die Kampagne war ein grosser Erfolg und erreichte eine beeindruckende Reichweite von über einer halben Million Aufrufe auf Instagram, Twitch und TikTok mit den Influencer-Beiträgen alleine – dazu kamen in einem zweiten Schritt die zusätzlichen Ads auf TikTok und Instagram mit einer Reichweite von über 800'000 Personen. Die durch WebStages geführte Zusammenarbeit von Amavita und den Creators schaffte es, das sensible Thema «sexuelle Hygiene und Gesundheit» bei der Zielgruppe auf eine entspannte und verständliche Weise zu vermitteln.

Das Vitaverse bietet neben einer Chatfunktion mit dem Ask_Ama Avatar auch weitere interaktive Funktionen. Die Jugendlichen haben die Möglichkeit, sich auf der Amavita Island ein Lösungswort zu erspielen, welches in elf ausgewählten Apotheken in der gesamten Schweiz eingelöst werden kann. Als Belohnung erhalten die Jugendlichen ein Überraschungspaket mit Produkten zur Körperentwicklung in den Jugendjahren.

Links zu ausgewählten Beiträgen:

@leonardkhalifa

<https://www.instagram.com/p/CzmAXdAlPyr/>

@therealscherz

<https://www.tiktok.com/@therealscherz/video/7298369014751907104>

@corinabrx

<https://www.instagram.com/p/CzbwuiCsm32/>

Credits

Verantwortlich bei WebStages: Leila Schmid (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie)

Verantwortlich bei GaleniCare Management AG: Nada Lahlou (Leiterin Content Marketing), Luca Keller (Multimedia Producer), Anja Plonka (Content Spezialistin)

Verantwortlich bei Bandara: Daniel Germli (Co-Founder)

Über die Organisation:

Die 2017 gegründete Schweizer Influencer Marketing Beratungsagentur hat ihren Sitz im Zürcher Seefeld. Das mehrsprachige Team berät Kund:innen bei ihren Influencer-Projekten und baut für sie eigene Pools an Content Creators passend zur Branche, Sprache und den gesetzten Zielen auf. 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, Helvetia, SWISS oder Mercedes-Benz umsetzt, ist WebStages auch Veranstalterin der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: dem Social Media Summit, welcher am 6. und 7. November 2024 erneut in Engelberg stattfindet.

Pressekontakt:

Tanja Herrmann, *Geschäftsführerin*

WebStages GmbH
Bellerivestrasse 20
8008 Zürich

+41 79 820 58 06
tanja @ webstages.ch

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/erste-metaverse-apotheke-der-schweiz-amavita-bringt-jugendliche-hilfe-creators-zur>