

10.06. 2025

Mit Humor gegen Vapes: Kantonsübergreifende Kampagne nutzt Influencer-Marketing zur Aufklärung über Vapes

Von House of Influence



Bild Rechte

House of Influence GmbH

(Zürich)(PPS) **Ende Mai setzte die Influencer-Marketing-Agentur House of Influence in Zusammenarbeit mit Akzent Prävention und Suchttherapie erneut die Kampagne VapeCheck für mehrere Deutschschweizer Kantone um. Nach dem erfolgreichen Start im Jahr 2023 klärten auch dieses Jahr fünf Influencer:innen auf TikTok und Instagram Jugendliche über die Risiken von Vapes auf. Ziel war es, Kinder und Jugendliche vor dem Erstkonsum zu erreichen. Eine Aufgabe, bei der klassische Präventionsformate oft an ihre Grenzen stossen. Social Media hingegen bietet direkten Zugang zur Zielgruppe.**

Die Herausforderung dieser Kampagne bestand darin, 13- bis 17-Jährige überhaupt zu erreichen und sie ernsthaft für ein Thema zu sensibilisieren, das in ihrem Umfeld oft verharmlost wird. Denn: Vapes wirken auf viele Jugendliche harmlos. Sie kommen in bunten Farben, mit fruchtigen Aromen und tragen Namen wie *Peach Ice* oder *Blueberry Bubble Gum*. Was viele nicht wissen: Viele Vapes enthalten Nikotin, sind stark suchterzeugend, gesundheitsschädlich und verursachen zusätzlich

Elektroschrott. Doch wie klärt man über solche Risiken auf, ohne belehrend zu wirken?

Die Antwort: durch Entertainment mit Haltung. Die Kampagne, umgesetzt von der Influencer-Marketing-Agentur House of Influence, setzt genau dort an, wo viele Jugendliche ihre Informationen beziehen, auf TikTok und Instagram. Fünf Influencer:innen aus den Bereichen Lifestyle und Comedy entwickelten Inhalte, die auf Augenhöhe kommunizieren und eine klare Botschaft mit Unterhaltung verbinden. Der Comedy-Influencer @timitime__ etwa führte eine Strassenumfrage durch und konfrontierte junge Menschen mit Fakten über Vapes. Die Influencerin @alitschiiiiii produzierte einen Sketch zum Thema «der eine, der immer am Vapen ist» und zeigte humorvoll, wie uncool Dauerkonsum wirkt. Und @abiilash stellte in seinem Video eine Alltagsszene auf dem Pausenhof nach, um auf die unterschätzte Suchtgefahr aufmerksam zu machen.

«Um die jüngere Generation effektiv zu erreichen, haben wir auf Creator:innen gesetzt, die eine junge Zielgruppe bereits organisch erreichen und gleichzeitig das Thema mit Humor aufbereiten. Wir wollten eine Aufklärungskampagne, die nicht wie eine Aufklärungskampagne wirkt. Unser Ziel war es, Aufmerksamkeit zu erzeugen, nicht durch Schockbilder, sondern durch Relevanz und Resonanz», sagt Leila Schmid, Head of Campaigning bei House of Influence.

Innerhalb von zwei Wochen erreichte die Kampagne organisch über 350'000 Videoaufrufe. «Mit den ausgewählten Influencer:innen konnten Personen für die Kampagne gewonnen werden, welche sehr gut zur Zielgruppe passen. Sie haben die Inhalte auf lockere, witzige Art in ihrer jeweils eigenen (Bild-)Sprache vermittelt.» sagt Michaela Christ, Projektleiterin bei Akzent.

Die VapeCheck Kampagne zeigt: Wer junge Zielgruppen erreichen will, muss bereit sein, gewohnte Kommunikationspfade zu verlassen. Mit Humor, Nähe und Inhalten, die unterhaltsam statt belehrend sind, lässt sich auch bei sensiblen Themen echte Wirkung erzielen.

Links zu ausgewählten Beiträgen:

@timitime__:

https://www.tiktok.com/@timitime_/video/7508797057872825622?is_from_webapp=1&sende

@alitschiiii:

https://www.instagram.com/reel/DJ6RbYjMCom/?utm_source=ig_web_copy_link...

@abiilash:

https://www.tiktok.com/@abiilash/video/7506540333526715670?is_from_web...

Credits

Verantwortlich bei House of Influence: Leila Schmid (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie), Elvira Diez (Projektunterstützung)

Verantwortlich bei Akzent: Michaela Christ (Projektleitung)

Mitwirkende Kantone: AG, AI, BE, BL, BS, GR, LU, SG, SH, SO, ZG, ZH

Über die Organisation:

Über House of Influence

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 House of Influence für Kunden wie Migros, Helvetia, SWISS oder Mercedes-Benz umsetzt, ist House of Influence auch Veranstalterin der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: dem Social Media Summit, welcher am 5. und 6. November 2025 erneut in Engelberg stattfindet. Zudem veranstaltet House of Influence die AI in Marketing Konferenz, welche dieses Jahr zum ersten Mal stattfand und nächstes Jahr am 29. April 2026 im The Circle am Flughafen Zürich stattfinden wird.

Pressekontakt:

Tanja Herrmann, *Geschäftsführerin*

House of Influence GmbH - Bellerivestrasse 20 - 8008 Zürich

+41 79 820 58 06

tanja @ houseofinfluence.ch

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *<https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/humor-vapes-kantonsuebergreifende-kampagne-nutzt-influencer-marketing-zur>*