



# Best Practice

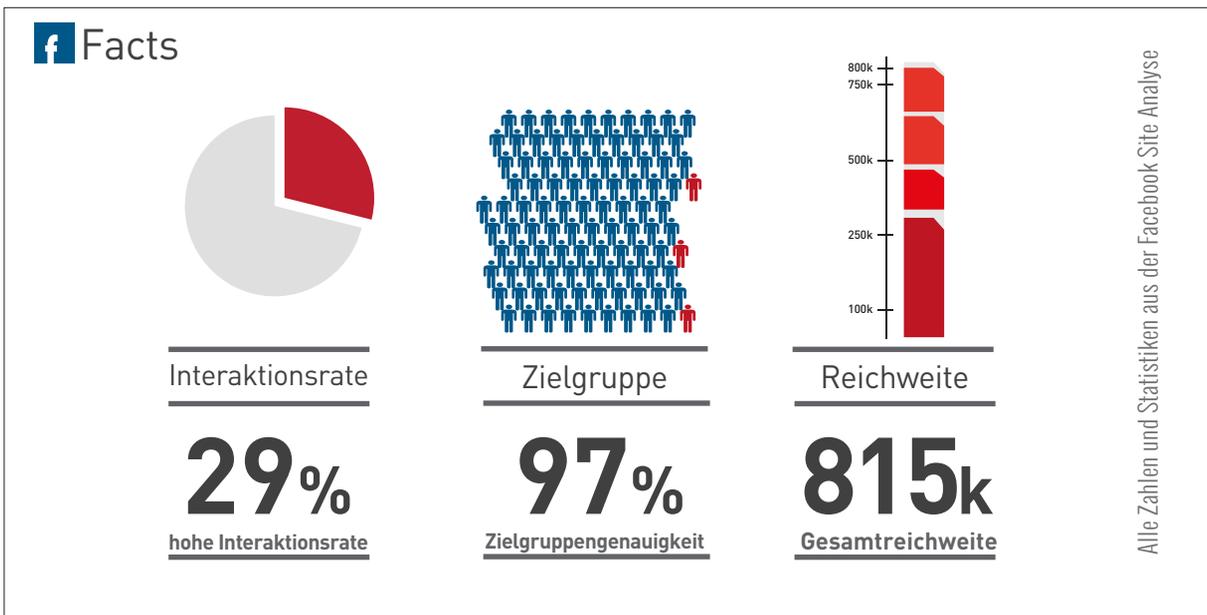
## Virale Social Media Kampagne

20th Century Fox: Maze Runner, 2014



Um zum Kinostart des Films Maze Runner - Die Auserwählten im Labyrinth zusätzliche Awareness in der jungen Zielgruppe zu schaffen, wurden Deutschlands coolste Runner gesucht, die gegen die Maze Runner antraten. Die Social Media Kampagne fand auf Facebook statt und setzte auf Bewegtbild.

(c) happy pixel GmbH, 2014 [www.happy-pixel.de](http://www.happy-pixel.de)



### Die Idee

- Motto des Films: „Sei bereit, um dein Leben zu rennen!“
- Fiktiver Wettbewerb: Parkour Runner vs. Maze Runner - wer hat die besseren Moves?
- Sowohl Parkour als auch Maze Runner bewegen sich möglichst schnell und effizient in Ihrer Umgebung
- Jugendkulturell geprägte Trendsportart trifft auf Science-Fiction-Jugendfilm
- Schnelligkeit - Action - Spannung





# Best Practice

## Virale Social Media Kampagne

20th Century Fox: Maze Runner, 2014



(c) happy pixel GmbH, 2014 [www.happy-pixel.de](http://www.happy-pixel.de)

### Die Realisierung

- Video-Competition: Parkour Runner aus ganz Deutschland konnten sich mit einem Parkour-Video von sich bewerben und hatten die Chance die Wildcard für einen professionellen Videshoot zu gewinnen!
- Eine Jury bestimmte unter allen Einsendungen 5 Auserwählte und veröffentlichte deren Videos.
- Die Community entschied, wer Deutschlands coolster Parkour Runner ist und die Wildcard für den Videshoot gewinnt.
- Videshoot und Postproduktion
- Veröffentlichung Video „Parkour Runner vs. Maze Runner“ eine Woche vor Filmstart
- Kinokarten-Verlosung
- Seeding in der Parkour Szene und Gaming Community

### Die Ergebnisse

Kampagnentrailer schaffte 1/4 Million Reichweite innerhalb weniger Tage

Facebook Video Ads mit CPAs von 0,01 bis 0,05 € / Passgenaues Targeting

Interaktionsraten von bis zu 29%

Virale Verbreitung: Reichweite von >300.000 eine Woche vor Filmstart

Gesamtreichweite: 815.000

Zielgruppengenauigkeit von 97%

Platz 2 und >175.000 Kinobesucher am ersten Wochenende

### Background zur Zielgruppe: Teenager

**Facebook** ist die **zweit meistgenutzte Online-Video-Plattform**

1.YouTube 2.Facebook 3.Vimeo 4.Myvideo 5.Clipfish Quelle: t3n.de, 2014

**Beliebteste Sites** von Jugendlichen zwischen 13 und 19 Jahren: **1. Facebook 2. YouTube**

Was machen Jugendliche im Internet? **1. Soziale Netzwerke** nutzen **2. Filme/Videos** ansehen/herunterladen

Quelle: Grunddaten Kinder und Medien 2014 vom IZI

