

Klosterfrau und DNMC gehen neue Wege in der Kommunikation von Erkältungsmarken

Online-Marketing Agentur DNMC gewinnt Etat für Social-Media-Kampagne

Potsdam, Dezember 2015 – DNMC, Agentur für Online-Marketing mit Schwerpunkt auf Social Media, hat den Etat für die Social-Media-Kampagne mehrerer Erkältungsmarken der Klosterfrau Healthcare Group gewonnen: neo-angin, Monapax, Bronchicum, Contramutan, nasic und Soledum.

DNMC entwickelte für die genannten Erkältungsprodukte „Die Männergrippe“ als Kampagne im Social Web. Diese nimmt satirisch und frech Männer auf die Schippe, die unter „Männerschnupfen“, „Männerhusten“ und „Männerhalsschmerzen“ leiden: In diversen Formaten weist die Kampagne auf die „Gefahr durch Männergrippe“ hin. Hauptkanal ist Facebook, weitere Social-Media-Kanäle sind unter anderem Twitter, YouTube, WhatsApp und Instagram.

Hauptzielgruppe der Kampagne sind die Frauen, Partnerinnen und Mütter der besagten Männer. Der Ansatz besetzt mit Social Media satirisch einen bekannten Begriff und assoziiert ihn mit Erkältungsprodukten aus dem Hause Klosterfrau. Die Kampagne ist zum Auftakt der Erkältungssaison im November 2015 gestartet.

Dahinter steht die Zielsetzung, die Bekanntheit in jüngeren Zielgruppensegmenten weiter zu steigern. André Marie, Leiter Marketing Pharma bei Klosterfrau: „Zwar erreicht man mit Social Media auch ältere Zielgruppen, die stärkste Interaktion geht aber weiterhin von jüngeren Altersgruppen aus – Segmente, welche wir dediziert ansprechen möchten“.

Claudio Hasler, Leiter Digital, erläutert die Grundhaltung des Unternehmens gegenüber Social Media: „angesichts der granularen Targetingoptionen liegen die Tausender-Kontakt-Preise derzeit per se auf einem interessanten Niveau. Um darüber hinaus einen viralen Durchbruch zu schaffen, sind mutige Inhalte gefragt.“

Für Tobias Dillinger, Gründer und Geschäftsführer der Agentur DNMC, geht es insbesondere darum, Marken- und Produktkommunikation völlig anders zu denken – der User und sein Mehrwert müssen im Zentrum stehen, wenn man sich die Aufmerksamkeit und die Interaktion mit ihm verdienen möchte.

Die Gesamtkreation der Kampagne stammt von Anastasia Korablev und Tobias Dillinger, den beiden Geschäftsführern von DNMC. Auf Kundenseite ist Andrea Lemcke, Koordination Digital, für die Umsetzung verantwortlich.

Erste Ergebnisse: massive Resonanz der Nutzer schon im ersten Monat

- 155.000 Fans nach einem Monat
- 57 Millionen Kontakte
- >400.000 shares/comments

Kanäle

- FB: facebook.com/dieMaennergrippe
- Microsite: www.die-maennergrippe.de
- Weitere: YouTube, WhatsApp, Instagram, Twitter

Videotrailer: <https://youtu.be/kMvW8SQaKo0>

Bildmaterial:

<https://www.dropbox.com/sh/k4xrc62hvciz7emq/AAC9MBZ5ZeRT-fQTiZCPHfy3a?dl=0>

- Kampagnenvisuals
 - Bildunterschrift Grafik: "Mann, heul leise!"
Die Kampagne „Die Männergrippe“ der Klosterfrau Healthcare Group spricht vielen Frauen aus der Seele.
 - Bildunterschrift Grafik: Nimm nasic, du Nase!
Verwirrt, wie Männer bei einer Männergrippe sind, müssen sie manchmal mit der Nase auf die einfachsten Dinge gestoßen werden.
 - Bildunterschrift Grafik: "... Familie steht versammelt in unserem Schlafzimmer..."
„Die Männergrippe“ begleitet Männer durch alle Höhen und Tiefen.
 - Bildunterschrift Grafik: "Schatz mach mir ein Kompliment"
„Die Männergrippe“ macht deutlich: Bei einer Männergrippe leidet oft der Realitätssinn einer Mannes, aber selten sein Selbstbewusstsein.
 - Bildunterschrift Grafik: "T steht für Tapferkeit"
Mit reichlich Humor nimmt die Satire-Kampagne „Die Männergrippe“ die wehleidigen Männer auf die Schippe.
 - Bildunterschrift Grafik: "FRAU"
Die heimlichen Helden der Männergrippe sind ganz klar - die Frauen!

Über DNMC:

Die DNMC GmbH mit Hauptsitz in Potsdam ist eine Agentur für Online-Marketing mit Schwerpunkt auf Social Media. Sie wurde 2012 von Tobias Dillinger gegründet. Als Agentur berät DNMC Kunden in allen Fragen rund um Online-Kommunikation, Social Media und das Web 2.0. Von der Entwicklung einer Kommunikationsstrategie bis zur Umsetzung von Kampagnen bietet DNMC alles unter einem Dach. Der Fokus liegt dabei klar auf Social Media: Das Schalten von Online-Bannern war gestern. Heute kommuniziert man mit seinen Zielgruppen offen und im Dialog über Facebook, Twitter und Co.

Kontakt DNMC:

Tobias Dillinger | Gründer und Geschäftsführer DNMC GmbH
Berta-von-Suttner-Str. 8 | 14469 Potsdam
Telefon: 0331 – 231 694 40 | E-Mail: presse@dnmc.de

Kontakt PR-Agentur:

Philipp von Roeder | tba: vR Communications
Telefon : 0172-6897499 | E-Mail: philipp.roeder@tbavr.com