

360 Grad Kampagne bewirbt neue Erlebnis-App

“Netflix für Erlebnisse”: Mit Jochen Schweizer NOW! vom Klick zum Erlebnis

München, Juni 2020 – Das Bedürfnis, nach Lust und Laune rauszugehen und zu erleben ist momentan so groß wie nie. Top Wetter, das Wochenende naht, coole Erlebnis-Bilder der Freunde auf Instagram – ich will auch erleben! Aber was? Stundenlanges Recherchieren und Organisieren – warum ist das spontane Erleben nicht so einfach wie auf Netflix: Eine App, die mir alle Erlebnisse in der Umgebung zeigt? Ab sofort schon! Mit Jochen Schweizer NOW! können sich Nutzer schneller und unkomplizierter denn je von Erlebnissen in der Nähe inspirieren lassen und mit wenigen Klicks ein Erlebnis buchen. App auf, Erlebnisse im Umkreis finden, direkt buchen und los geht es. Zum Launch startet Jochen Schweizer eine großangelegte 360 Grad Kampagne auf Social Media, im TV und allen relevanten digitalen Kanälen. Die Kreation der Kampagne stammt aus der Feder von Grabarz & Partner.

Serien, Produkte, Essen und Dates – heute gibt es alles auf Knopfdruck. Doch wenn es einen Button gäbe, der etwas völlig anderes bietet? Einer, der coole Erlebnisse ermöglicht? Den aufregendsten Button, den man sich wünschen kann? Genau dieser Button, das App-Icon mit dem Schriftzug Jochen Schweizer NOW!, steht im Zentrum der Kampagne mit dem Claim “Vom Click zum Erlebnis”. Die Werbemittel setzen ein Lebensgefühl von Freiheit in Szene. Im Mittelpunkt der Motive steht der Spaß am Erleben.

Fabian Stich, CEO der Jochen Schweizer mydays Group: “Gerade in den letzten Wochen mussten wir schmerzhaft erfahren, wie es ist, sich nicht frei bewegen zu können. In dieser Zeit war für uns alle deutlich spürbar, wie groß der Wert von Erlebnissen und Freizeitaktivitäten für unser Leben ist. Wir alle möchten nach den Wochen des Nichtstuns raus gehen, um Neues zu erleben. Und das am besten ohne lange Suche im Netz. Das Thema Convenience spielt eine immer größere Rolle für unsere Kunden. Mit Jochen Schweizer NOW! bieten wir unseren Kunden die ideale Lösung, unkompliziert und schnell das Maximum aus ihrer Freizeit rauszuholen. Unsere Kampagne greift die Sehnsucht der Menschen nach Abwechslung und Freiheit auf.”

Jochen Schweizer NOW! spricht den “Urban Explorer”, also unternehmungsfreudige Menschen in Städten an, die sich von Erlebnissen inspirieren lassen, spontan mit Freunden Neues ausprobieren und coole Erlebnisse im Netz teilen möchten.

Die Werbemittel sind ab sofort live. Der Fokus liegt hier auf digitalen Kanälen. So wird die App in kanalspezifischen Social Media Spots auf Facebook und Instagram sowie via Instream- und Display-Ads beworben. Ergänzend gibt es einen TV-Spot, der ab dem 22. Juni auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Mediengruppe zu sehen ist. In den Spots sind unterschiedliche Erlebnisse, wie Quadfahren oder Cocktails mixen zu sehen, um die Vielfalt des Erlebnisangebots innerhalb der App zu zeigen. Im Zentrum des Bildes ist ein Button im App-Icon-Look zu sehen. Dieser ändert sich je nach Motiv, das jeweils von einem Voiceover begleitet wird: “Was, wenn es einen Button geben würde, bei dem du einfach „wie krass“ sagst?” Währenddessen rast ein Quad-Fahrer über einen Hügel. Im Moment des Sprungs erscheint ein Icon mit: „WIE KRASS!“. Je Motiv wird der Text im App-Icon passend zum Voiceover verändert. Copies wie “MEGA COOL!”, “HELL YEAH!”, “WOW LECKER” bringen den Spaß am Erleben zum Ausdruck und sollen die Vielfalt der unterschiedlichen Kategorien widerspiegeln, so steht “WIE KRASS” bspw. für Abenteuer und Action, “MEGA COOL” für Wassersport und Wind; “WOW LECKER” für Tastings, Essen und Trinken. Am Ende formt sich das Icon zum tatsächlichen Jochen Schweizer NOW! App Logo.

Joachim Fuchs, Group Head Beratung bei Grabarz & Partner: „Wir wollten eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne schaffen, die auf der einen Seite diesem tollen Angebot von Jochen Schweizer als auch den aktuellen Bedürfnissen nach unkomplizierten und schnell erreichbaren Erlebnissen gerecht wird. Auf Knopfdruck können Nutzer spontane Bedürfnisse in Erlebnisse umsetzen. Deswegen haben wir die App auch visuell als maßnahmenübergreifendes Element eingesetzt und sie so zu DEM Button für spontane Erlebnisse gemacht.“

Weitere Maßnahme ist eine Influencerkampagne. Mikro- und Makroinfluencer werden die App unter Hashtags wie #lokalerleben #allyouneedisnow #heimatabenteuer #lokalerleben im Zuge einer groß angelegten Influencerkampagne in ihrer Community promoten. Mit dabei sind Fabian Nießl, Cheyenne Ochsenknecht, Alina Shalin oder Caja Schöpf. Eine Podcasteinbindung in „Alle Wege führen nach Ruhm“ von Joko Winterscheidt und Paul Ripke sowie ein Advertorial auf der urbanen Lifestyleplattform „Mit Vergnügen“ sind ebenfalls Teil der Kampagne.

Nutzer können Erlebnisse unter anderem aus den Erlebniskategorien „Abenteuer & Sport“; „Essen und Trinken“; „Kunst, Kultur und Lifestyle“; „Wasser & Wind“ sowie „Wellness & Gesundheit“ auswählen. Angefangen bei E-Biking, Kaffeeseminar und Do-it-yourself-Kurs, über eine VW-Bulli-Tour bis hin zu Rafting, Floating, Klettern und Whisky Tasting - Die Bandbreite der Erlebnisse ist groß, Kunden können aus über 3.000 Erlebnissen wählen. „In erster Linie möchten wir Nutzern ständig Inspiration für Freizeitaktivitäten bieten. Uns ist es wichtig, mit der App das volle Spektrum von Freizeitinteressen abdecken zu können, damit wir wirklich für jeden – ob Abenteuerer, Genießer oder vielfältig Interessierte – zum Freizeit-Guide erster Wahl werden können“, so Stich.

Die App-Oberfläche ist benutzerfreundlich und intuitiv verständlich. Die App wurde so gestaltet, dass die User Erlebnisse in ihrer Umgebung so schnell wie möglich finden können, freie Termine angezeigt bekommen und direkt buchen können. Zudem können sie sich innerhalb der unterschiedlichen Erlebniskategorien inspirieren lassen oder nach konkreten Erlebnissen suchen.

Die Produktion der Filme lab bei The Shack, die Mediaplanung bei Pilot.

Die App „Jochen Schweizer NOW!“ gibt es ab sofort im App Store <https://apps.apple.com/de/app/jochen-schweizer-now/id944153254> und bei Google Play https://play.google.com/store/apps/details?id=de.jochen_schweizer.jsnow&hl=de

Weitere Informationen zu Jochen Schweizer NOW! unter: <https://now.jochen-schweizer.de/>

Bildmaterial zum Download: <https://swindi.de/MPIZ7V4OLMFIY3F>

Über die Jochen Schweizer GmbH

Die Jochen Schweizer GmbH, gegründet 1987 von Jochen Schweizer selbst, hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit ihren Erlebnissen ein echter Wegbegleiter für die Menschen zu sein, der immer da ist, wenn sich das Leben in der Routine verliert. Dafür vermittelt das Unternehmen tausende unterschiedliche Erlebnisse, Erlebnisreisen und Erlebnisgeschenke in Deutschland, Österreich und der Schweiz – für jeden Geschmack, jeden Anlass und jedes Alter. Erhältlich sind sämtliche Erlebnisangebote online auf www.jochen-schweizer.com, in 37 eigenen Jochen Schweizer Shops sowie im Einzelhandel. Im Oktober 2017 wurden Jochen Schweizer und mydays, die beiden führenden Brands auf diesem Markt, unter dem Dach der JSMD Group vereint. Die Gruppe, zu der auch die Tochterunternehmen Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH, Spontacts GmbH und Hip Trips GmbH zählen, ist seitdem Mitglied der ProSiebenSat.1 Media SE.

Pressekontakt:

Jochen Schweizer GmbH

Daniela Sauer

Tel.: +49 89 606089-325

Fax: +49 89 606089-87

E-Mail: presse@jochen-schweizer.de

Internet: presse.jochen-schweizer.de