

Presseinformation

Samsung Electronics Deutschland GmbH » Influencer Kampagne #dowhatyoucant

#DoWhatYouCant: Dank interaktiver Samsung-Kampagne können Influencer und Communities über sich hinauswachsen

- Prominente und Influencer wie Lena Gercke, Janina Uhse, Felix von der Laden und Anne Bodykiss erfüllen von der Samsung Community gewählte Aufgaben auf Instagram
- Follower verlassen die Rolle der Beobachter und greifen aktiv in die Geschichte ein
- Samsung positioniert sich als Treiber innovativer Kommunikationskampagnen



Schwalbach/Ts. – 29. Oktober – Unter dem Kampagnen-Hashtag #dowhatyoucant fordert Samsung deutsche Influencer aus Bereichen wie Fashion, Entertainment und Fitness heraus, die eigenen Grenzen zu durchbrechen und inspirierende Abenteuer zu erleben. Das Besondere? Follower haben nicht nur die Möglichkeit, diese Abenteuer live über Instagram zu verfolgen, sondern greifen aktiv in das Geschehen ein und stimmen über die nächsten Schritte ab. Indem die Community zum Entscheider der Inhalte wird und die passive Rolle als Beobachter verlässt, beweist Samsung mit der interaktiven Kampagne Pioniercharakter im Bereich Influencer Relations. Konzipiert und umgesetzt wird die Kampagne gemeinsam mit der KMB Creative Network AG. Die Inhalte sind seit August und noch bis zum 5. Dezember auf den Instagram Kanälen der teilnehmenden Kollaborationspartner zu sehen.

Influencer Relations essentiell im Marketing-Mix von Samsung

Die Zusammenarbeit mit Influencern ist für Samsung keine Neuheit. Schon seit Jahren arbeitet der Marktführer im Bereich Smartphones mit Top Tier und Mikro-Influencern zusammen, um

Marken- und Produkterlebnisse authentisch und lebensnah für die Social Media-affine Zielgruppe zum Leben zu erwecken. Selbst als Influencer Relations noch in den Kinderschuhen steckte, investierte Samsung bereits in den Aufbau vertrauenswürdiger und langfristiger Partnerschaften.

„Do what you can't“ bedeutet für Samsung die Freiheit, sich Dingen anzunehmen, die man sich vorher nicht zugetraut hätte und hemmende Gedanken zu überwinden. Durch ihre innovativen und nützlichen Funktionen können Samsung Geräte auf diesem Weg zur eigenen Selbstverwirklichung unterstützen. Diese Philosophie zieht sich auch durch die gleichnamige Kampagne, die mit Hilfe von Influencern als Brand Ambassadors, „Family Members“ und Freunden der Marke umgesetzt wird. Hierbei wurden sowohl bestehende Beziehungen zu Influencern vertieft, als auch neue Mitspieler ins Boot geholt.

„Die enge und kontinuierliche Zusammenarbeit mit Influencern ist für uns mehr als nur ein weiteres Rädchen im Marketing-Mix. Wir beobachten, dass wir durch die inspirierenden und alltagsnahen Inhalte ein direktes Sprachrohr zu den Konsumenten schaffen, das in Sachen Authentizität und Emotionalität in keiner anderen Marketing-Disziplin so leicht zu gestalten ist. Wir freuen uns daher, die Community mit der „#dowhatyoucant“ Kampagne noch stärker zu integrieren, indem wir sie direkt in die Dramaturgie eingreifen lassen. Eine Reise, bei der man nicht nur zuschaut, sondern selbst zum Akteur wird“, so Georg Rötzer, Vice President Corporate Marketing, Samsung Electronics Deutschland GmbH.



Vom Beobachter in den Regie-Stuhl: Die Rolle der Follower

Für die Umsetzung wurden unter anderem namenhafte Partner wie Lena Gercke, Anne Bodykiss, Janina Uhse und Felix von der Laden gewonnen, die als Fürsprecher der digitalen Generation gelten. In diversen Challenges zu Themen wie Unterhaltung, Mode, Sport und Food treten diese gegeneinander sowie miteinander an, und wachsen dabei über ihre Komfortzonen hinaus. Nur mit Hilfe diverser Samsung Geräte wie zum Beispiel dem Family Hub, dem Galaxy Note 10+ oder den Galaxy Buds können die Missionen bewältigt werden. Ganz nach dem Motto „choose your own adventure“ entscheiden anschließend die Follower per Umfrage innerhalb der Instagram Story über die nächste #dwycc Challenge ihrer Influencer. Soll Creator Felix von der Laden mit seinen Mitstreitern Joyce Ilg und Schauspieler Timur Bartels in kürzester Zeit einen riesigen

Selfie-Flashmob auf die Beine stellen, oder treten die Drei stattdessen in einem Boulder-Wettkampf gegeneinander an? Die „#dowhatyoucant“ Community behält die Hände an den Reglern. Doch hier ist längst noch nicht Schluss. Unter dem Kampagnen-Hashtag #dwyccchallenge fordert Samsung auch die Follower dazu auf, sich eigenen Challenges zu stellen und so über sich hinauszuwachsen. Unter allen Teilnehmern wird ein besonders abenteuerlustiger Mitspieler ausgewählt, der beim „Grand Finale“ der Kampagne, einer Reise nach Lappland, teilnehmen und gegen die Influencer antreten darf.

Mit dem innovativen Projekt zum Mitmachen fördert Samsung den direkten Kontakt zwischen Meinungsführern, Marke und Community und verstärkt damit seine Position als Initiator kreativer Kommunikationskampagnen.



Text- und Bildmaterial zu dieser Presseinformation erhalten Sie [hier](#)

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Lösungen. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung

Corporate Marketing

Samsung Electronics GmbH

Sarah Blasberg

Corporate Marketing

Am Kronberger Hang 6

65824 Schwalbach / Ts.

s.blasberg@samsung.com

Pressekontakt Samsung Electronics Deutschland GmbH

K-MB Agentur für Markenkommunikation GmbH

Julia May

Am Nordbahnhof 3

10115 Berlin

030 / 695 972 818

samsungIR@k-mb.de