

Mercedes Benz @SecretOf99

Kunde: Mercedes-Benz

Kategorien: Digitale Kampagne, Social Media Marketing



Als Launch-Kampagne für den neuen CLA Shooting Brake schickten wir die Twitter-Gemeinschaft Österreichs auf eine atemberaubende Rätseljagd.

Die Herausforderung

Der neue CLA Shooting Brake von Mercedes-Benz steht mit seinem Claim „Groß. Stadt. Jäger“ für Jagdinstinkt in der Stadt, für ungezähmte Neugier und Abenteuerlust. Zu diesem Modell galt es, eine Social-Media-Kampagne zu konzeptionieren und umzusetzen, die Aufsehen erregen und Neugier wecken sollte. Es sollte die passende Zielgruppe angesprochen werden: Urban und modern und gleichzeitig voller Lust auf das Unbekannte.

Unsere Leistung

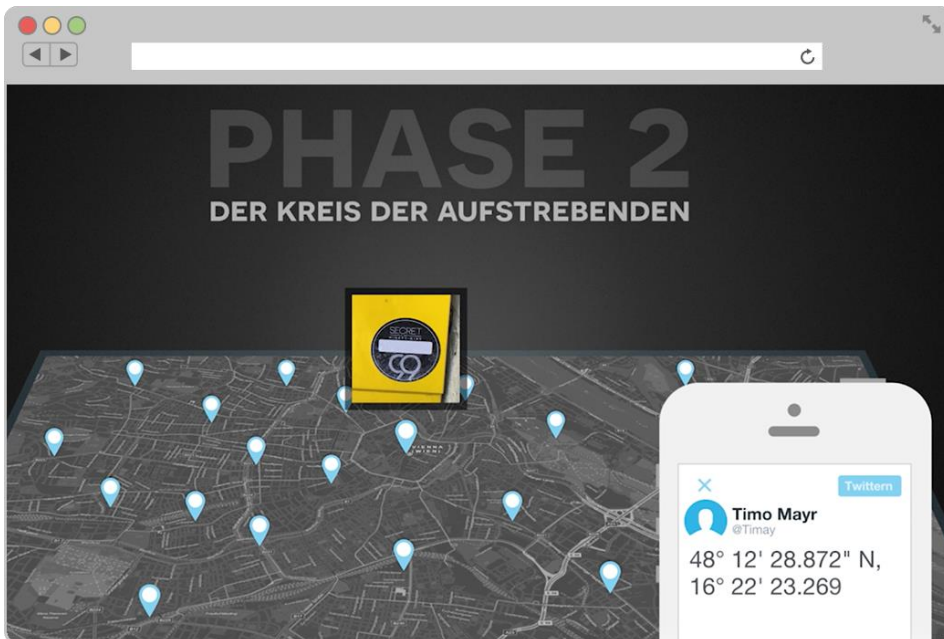
Wir beschlossen, für den CLA Shooting Brake komplett neues Terrain zu beschreiten. Wir konzipierten die Twitter-Rätseljagd @SecretOf99 – ein Online-Abenteuer, das die Twitter-Gemeinschaft Österreichs herausfordern würde. Ohne einen Hinweis darauf, wer hinter dem mysteriösen Twitter-Account steckte, mussten die Follower Rätsel lösen und Locations in ganz Österreich finden. Die Besten der Besten begaben sich auf eine unerwartete Reise: Einen ganzen Tag lang mussten sie in einer wahnwitzigen Schnitzeljagd Mysterien lösen – die Siegerin erhielt den CLA Shooting Brake für 99 Tage.

Die Kampagne

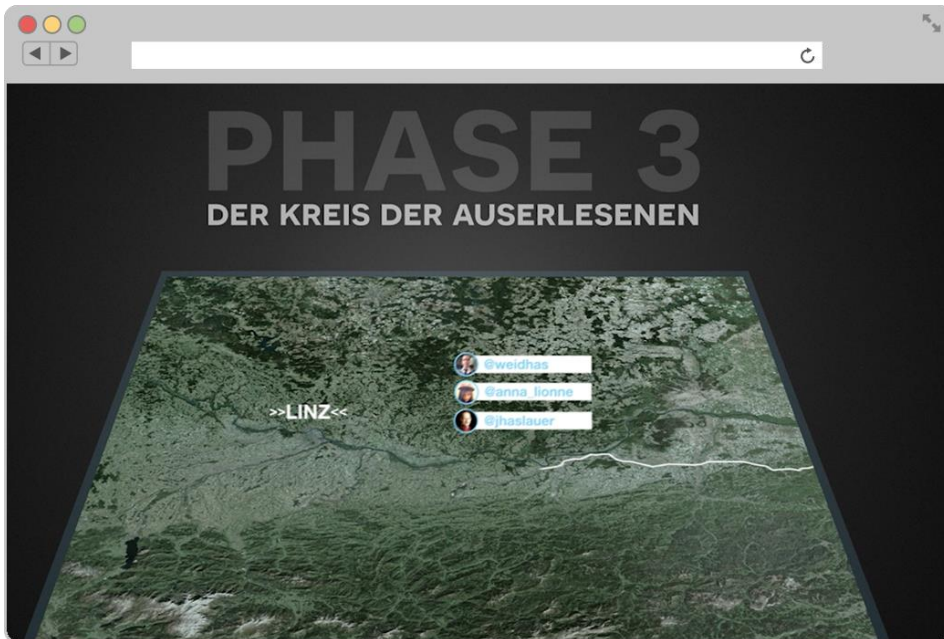
Im Mai 2015 erschien der mysteriöse Twitter-Account @SecretOf99 auf der Bildfläche und verhiess Spannendes: „Du glaubst, du bist clever? Wir fordern dich heraus! Folge uns und nimm an der großen Jagd teil!“. Folgten die User dem Account, bekamen sie per Direktnachricht Rätsel zugesandt. Dabei ging es stets darum, aus Hinweisen die Koordinaten wichtiger Punkte auf der Welt zu ermitteln. Die Lösungen waren Locations wie der Mount Everest, der Eiffelturm oder das Burj Al Arab – frei nach dem Motto von Mercedes-Benz: Das Beste oder nichts.



Die besten rund 100 Teilnehmer schafften es in die nächste Runde: In der zweiten Phase erhielt jeder Spieler eine persönliche Landkarte, auf der Locations in ganz Österreich markiert waren. Im Stile von Geocaching musste an diesen Orten das Logo von @SecretOf99 gesucht werden. Die dort angebrachten Codes mussten wiederum an den Twitter-Account gesendet werden.



Nur die Besten schafften es bis ins Finale, das die Finalisten am 27. Juni nach Linz führte. Dort wartete ein Tag mit vielen Herausforderungen und Aufgaben: Vom Motorboot-Fahren über einen Aufstieg über die Dächer von Linz beim Höhenrausch bis zum Casinobesuch musste eine Aufgabe nach der anderen gelöst werden, Buchstaben an unterschiedlichen Orten in der Stadt gesammelt und schlussendlich in die richtige Reihenfolge gebracht werden. Gewinner war jener, der als erstes das Lösungswort #CLAShootingBrake twitterte. Um 23:00 Uhr schließlich der große Showdown: Mit dem ultimativen Rätsel vor der Kulisse des eindrucksvoll beleuchteten Lentos Kunstmuseums und der Einfahrt des neuen CLA Shooting Brake von Mercedes-Benz fand ein aufsehenerregender Tag ein spektakuläres Ende. Die glückliche Gewinnerin Anna Deutsch bewies Nerven und durfte den CLA Shooting Brake für 99 Tage mit nachhause nehmen.



Mit dem Tweet nach dem spektakulären Finale war das Geheimnis gelüftet: Mercedes-Benz Österreich und der CLA Shooting Brake standen hinter @SecretOf99. Die Landingpage SecretOf99.com, die bisher die Spielregeln der Twitter-Jagd erklärt hatte, wurde nun so umgestaltet, dass die 99 Vorteile des neuen CLA Shooting Brake vorgestellt wurden. Diese 99 Facts wurden außerdem als Tweets auf dem Twitter-Account von Mercedes-Benz Österreich veröffentlicht.

