

11.09.2011

AOK Nordost startet interaktive Facebook-Kampagne

Bei der neuen Online-Kampagne „Thomas' Welt“ können die Facebook-Fans 4 Wochen am Alltag des „AOK Plakatgesichts“ Thomas teilhaben. Die von der Berliner Social Media Agentur famefact entwickelte und umgesetzte interaktive Facebook-Kampagne bindet die User dazu mit Videos, diversen Aktionen und attraktiven Preisen direkt mit ein.

Die aktuelle Aktion bewegt sich im Rahmen der AOK-Positionierung „Wir wollen Sie so, wie Sie sind!“. Schon im Frühling dieses Jahres konnte sich getreu diesem Motto jeder Nutzer der Facebook-Seite der AOK Nordost zur Wahl zum „Plakatgesicht“ stellen. Die User selbst stimmten darüber ab, wer ein professionelles Fotoshooting gewinnen sollte. Die Wahl fiel dabei auf Thomas aus Berlin, der mit seinem unkonventionellen Foto und seinem Motto „Auch mal über den Tellerrand schauen“ überzeugte.

Bevor Thomas jedoch auf diversen Plakaten im gesamten Nordosten Deutschlands zu sehen sein wird, soll die aktuelle Aktion den Usern die Möglichkeit geben, den sympathischen Berliner näher kennen zu lernen und dabei ganz nebenbei auch wichtige Gesundheitsthemen ansprechen. Die von famefact konzipierte Kampagne setzt dabei auf die interaktive Einbeziehung der Facebook-User, die nun 4 Wochen an „Thomas' Welt“ teilhaben können.

Hierzu wurde eine Kampagne entwickelt, die die Themen der Gesundheitskasse AOK, wie Ernährung oder Bewegung, mit unterhaltenden Elementen verknüpft. Die User sollen dabei nicht nur passiv unterhalten werden, sondern Thomas in diversen Themen beraten und so auch die „Storyline“ der Kampagne mitbestimmen.

So können die Facebook-Nutzer u.a. abstimmen, welche Sportart Thomas einmal ausprobieren soll. Als Beweis wird Thomas daraufhin mit einer Kamera begleitet und seine ersten Versuche in einem Video dokumentiert. Auch beim Thema Ernährung ist Thomas auf die Unterstützung der Facebook-Fans angewiesen, die ihm ein möglichst gesundes Menü zusammenstellen. Zudem kommt auch die Unterhaltung nicht zu kurz, wenn der Musikfan Thomas z.B. eine Begleitung für ein großes Rockkonzert sucht.

Innerhalb des Kampagnenzeitraums wird so jede Woche ein neues Thema vorgestellt, mit dem man interaktiv in „Thomas' Welt“ eintauchen kann. Neben dem Gewinn des Konzerttickets gibt es abschließend unter allen Teilnehmern ein iPad 3 als Gesamtpreis zu gewinnen.

Nach Ablauf der reinen Online-Kampagne wird die große Multi-Channel-Kampagne „Wir wollen Sie so, wie Sie sind!“ der AOK Nordost starten. Unter diesem Slogan wird Thomas

als Plakatgesicht in Anzeigen, Kinospots, Funk und Fernsehen für Vielfalt und Gleichheit im Gesundheitswesen werben. Auch hier wird neben den herkömmlichen Werbemaßnahmen auf eine starke Verlinkung zu den Social Media-Auftritten der Krankenkasse Wert gelegt.