



## Gemeinsam mit YouTubern holt KitKat das mobile Spiel "Crossy Road" ins echte Leben

### Die Ziele

- Gaming-Community ansprechen
- Kaufbereitschaft für die Marke auf authentische Art steigern

### Der Ansatz

- Video, in dem zwei erfolgreiche YouTuber Figuren aus dem mobilen Spiel "Crossy Road" spielen
- TrueView-Anzeigen, um für die Vollversion des Videos zu werben

### Die Ergebnisse

- 8,7 Millionen Aufrufe der Vollversion des Videos
- 1,6 Millionen Aufrufe der Kurzversion des Videos
- Erhöhung der Anzeigenerinnerung um 44 %
- Steigerung der Markenkaufbereitschaft um 9 %

KitKat wollte die Gaming-Community ansprechen und mehr Spieler für seinen Schokoriegel begeistern. Gemeinsam mit JWT London und Google entwickelte KitKat ein Konzept, das Gamer direkt in ihrer eigenen Sprache erreichen sollte.

Die Idee bestand darin, das mobile Geschicklichkeitsspiel "Crossy Road" in einem dreiminütigen Video mit den erfolgreichen YouTubern Miniminter (Simon Minter, vier Millionen Abonnenten) und TBJZL (Tobi Brown, zwei Millionen Abonnenten) nachzustellen. In einer mit viel Aufwand und in Lebensgröße errichteten Spielumgebung hatten die beiden Stars die Aufgabe, als Spielfiguren verkleidet und angefeuert von echten Fans durch den Verkehr zu hüpfen.

Dank der engen Zusammenarbeit mit Yodo1, dem Publisher des Spiels, konnte KitKat auch den erst vor Kurzem veröffentlichten Mehrspielermodus der App in das Video einbauen. Das Video wurde auf dem YouTube-Kanal von Miniminter gehostet und kurze Schnittfassungen des Videos wurden als TrueView-Anzeigen geschaltet.



Im Laufe der Kampagne erzielte die Vollversion auf dem Kanal von Miniminter 8,7 Millionen Aufrufe und die Kurzversion 1,6 Millionen Aufrufe. In den Kommentarbereichen auf YouTube gab es eine Vielzahl an Zuschauerinteraktionen. Insgesamt führte die Aktion zu einer Erhöhung der Anzeigenerinnerung um 44 % und eine Steigerung der Markenkaufbereitschaft um 9 %. Der große Erfolg dieses unterhaltsamen Gemeinschaftsprojekts liegt in der gewaltigen Fangemeinde und der authentischen Lockerheit der beiden YouTuber einerseits und dem spektakulären Filmset von KitKat andererseits begründet.