



OMD setzt für Hasbro erste Kampagne in Trend-App

„musical.ly“ um

Pionierkommunikation: Erste musical.ly-Produktkampagne eines Werbetreibenden in Deutschland / Influencer verbreiten authentischen Branded Content zu HASBROs neuem „Pfeil und Bogen-Spielzeug“ NERF Rebelle

Düsseldorf, 27.07.2016 – Instagram und Snapchat sind fast schon Mainstream – die junge Zielgruppe postet heute über die Trend-App „musical.ly“ und veröffentlicht sogenannte Lip-Sync-Videos – also Playback-Videos - zu ihren Lieblingsongs, die in Sekundenschnelle über Facebook, Twitter und alle anderen Social Media-Kanäle geteilt werden können. Erstmals in Deutschland setzt OMD die besonders bei weiblichen Usern beliebte App nun auch für werbliche Kommunikation ein. Anlass ist die Markteinführung der neuen Hasbro-Produktreihe NERF Rebelle, die sich mit modernen Pfeil und Bogen-Spielzeugen vornehmlich an die junge Mädchenzielgruppe richtet. Da musical.ly noch keine buchbaren Werbeformate anbietet, platziert OMD Düsseldorf ein authentisches Storytelling durch eine Kooperation mit verschiedenen in der Zielgruppe sehr bekannten Influencern, die die Hasbro NERF Rebelle-Produkte in ihre musical.ly-Performances integrieren. Die entstandenen Videos werden von Influencern unter dem Hashtag #EpicHeart auf ihren musical.ly-Accounts hochgeladen und zusätzlich über ihre Instagram-Profilen mit ihrer Community geteilt. OMD setzt die erste musical.ly-Produktkampagne eines Werbetreibenden in Deutschland gemeinsam mit OMG Fuse um, den in-house Experten für Markeninszenierungen der Omnicom Media Group Germany.

Im Fokus der Hasbro-Kampagne stehen heranwachsende Mädchen, die sich beweisen und ihr Selbstbewusstsein demonstrieren möchten – genau wie es ihre Idole, die Influencer und ‚Social Stars‘ jeden Tag auf ihren Sozialen Kanälen, auch tun. OMD und OMG FUSE setzten daher zur Content-Distribution gezielt auf die Zusammenarbeit mit den ‚Social Stars‘ von morgen, die bereits hunderttausende Follower über musical.ly erreichen. Neben dem Upload der eigenen musical.ly-Videos rufen die Influencer im Rahmen eines Gewinnspiels ihre Follower auf, eigene rebellische Performances mit der Hasbro NERF Rebelle zu posten.

„Wir sind sehr stolz mit OMD als erste Werbetreibenden eine Kampagne bei musical.ly in Deutschland umzusetzen. Wir gehen gerne neue Wege, um unsere Produkte authentisch unserer

INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

Handelsregister-Nr.:
Düsseldorf
HRB 75489
USt-IdNr.:DE242292388

Geschäftsführung:
Oliver Stroh
Thomas Hinkel

OMD Germany GmbH
Grünstraße 15
D-40212 Düsseldorf
www.omidgermany.de

Tel.: +49(0)211 38807-0
Fax: +49(0)211 38807-432
An Omnicom Company
www.omid.com



oft schwer zu erreichenden Zielgruppe näher zu bringen“, kommentiert David Moeller, Marketing Manager – Franchise Brands HASBRO Deutschland GmbH.

„Durch unsere Market Insight-Forschung wissen wir, dass die Zielgruppe ein besonders großes Interesse an Tanz- und Gesangsperformances aufweist – eine Kampagne mit musical.ly ist daher die perfekte Plattform um die Zielgruppe zu erreichen. Über 3,4 Millionen Views und rund 8.000 Kommentare – in den ersten 10 Tagen der Kampagne – geben uns Recht und zeigen, wie authentisches Content Marketing funktioniert“, so Bettina Beier, zuständige Client Service Direktorin der OMD Düsseldorf.

„Neben den Hashtag Postings auf den musical.ly- und Instagram-Accounts der Influencer wird der Hashtag ebenfalls auf den Hasbro eigenen Kanälen gezielt genutzt, um den Marken-Content gemeinsam mit den Influencer-Postings sichtbar zu machen. Mit diesem Approach gelingt ein optimales Zusammenspiel aus Paid, Owned und Earned Media für unseren Kunden“, fügt Dominik Scholta, Managing Partner OMG FUSE, hinzu.

Über musical.ly

Die Musical.ly-App kombiniert Facebook, Snapchat und Dubsmash und ist in den USA bereits sehr verbreitet – in Deutschland liegt sie aktuell bereits auf Platz 18 der App Store Download-Charts. Über die App laden die „muser“ (wie sich die Nutzer von musical.ly selbst nennen) 15 Sekunden lange Videos hoch, in denen sie vor allem Playback zu Pop-Songs performen. Die Videos können zusätzlich mit aufmerksamkeitsstarken Effekten wie Filter, Zeitraffer oder Zeitlupen versehen und einfach hochgeladen und geteilt werden. Die Musik für die Lip Sync-Videos stammt dabei vom Smartphone des Users oder dieser kann sich aus über zehntausenden Songs der App einen aussuchen.

Über Hasbro

Hasbro (NASDAQ: HAS) ist ein weltweit agierendes Unternehmen, dessen Ziel es ist, die besten Spielerlebnisse zu schaffen. Zu den bekannten, eigenen Marken des Unternehmens zählen MONOPOLY, MY LITTLE PONY, NERF, PLAY-DOH und TRANSFORMERS und führende Partner-Marken. Hasbro bietet für Kinder und Familien Spielwaren und Gesellschaftsspiele, Fernsehserien, Kinofilme, digitale Spiele, sowie Lizenzprodukte in allen relevanten Konsumgüterkategorien. Die Hasbro-eigenen Hasbro Studios und deren Film-Label Allspark Pictures, schaffen einzigartige Markenerlebnisse, mit den von ihnen produzierten Inhalten für Fernsehen, Film, digitale Kanäle und mehr. Hasbro ist bestrebt, sozial verantwortlich zu handeln und so das Leben von Millionen von Kindern und Familien weltweit positiv zu beeinflussen.

www.hasbro.de

INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

Handelsregister-Nr.:
Düsseldorf
HRB 75489
USt-IdNr.:DE242292388

Geschäftsführung:
Oliver Stroh
Thomas Hinkel

OMD Germany GmbH
Grünstraße 15
D-40212 Düsseldorf
www.omdgermany.de

Tel.: +49(0)211 38807-0
Fax: +49(0)211 38807-432
An Omnicom Company
www.omd.com



Über OMD Germany

OMD Germany belegt im aktuellen RECMA-Ranking den zweiten Platz und gehört zu den führenden Mediaagenturen Deutschlands. Die Agentur zeichnet sich insbesondere durch beste strategische Kompetenz in allen media- und kommunikationsrelevanten Aufgabenfeldern aus. OMD beschäftigt in Deutschland über 800 Mitarbeiter in insgesamt vier Niederlassungen: **OMD Düsseldorf, OMD Hamburg, OMD Berlin** sowie **OMD München**.

Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com), einem der weltweit größten Mediaagenturnetworks mit 130 Büros in 86 Ländern und über 8.500 Angestellten. Weltweit ist OMD beim renommierten „Gunn Report for Media“ von 2004 bis zur aktuellsten Beurteilung jedes Mal zum kreativsten Medianetwork gewählt worden. Die Agenturgruppe wurde vom Fachmagazin AdWeek zur „Global Media Agency of the Year 2014“ gekürt. OMD ist Teil der Omnicom Media Group.

www.ombgermany.de

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Ann-Sophie Altmeier, Omnicom Media Group Germany

Director Public Relations

Tel.: 0211-38807-521

E-Mail: ann-sophie.altmeier@omnicommediagroup.com

INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

Handelsregister-Nr.:
Düsseldorf
HRB 75489
USt-IdNr.:DE242292388

Geschäftsführung:
Oliver Stroh
Thomas Hinkel

OMD Germany GmbH
Grünstraße 15
D-40212 Düsseldorf
www.ombgermany.de

Tel.: +49(0)211 38807-0
Fax: +49(0)211 38807-432
An Omnicom Company
www.omb.com