



*„Wenn wir alle Views der Online-Videoplattformen, die Besucher auf dem Reisetagebuch, die Nennungen in den traditionellen Medien, Weblogs und Foren sowie die Besuche in der virtuellen Welt von Second Life addieren, stellen wir über die primäre Zielsetzung hinaus eine erstaunlich hohe und international abgestützte Reichweite der Kampagne fest.“*

*Marion Marxer,  
Senior Brand Director und  
Geschäftsleitungsmitglied der  
Publicis Werbeagentur AG*

**Kontakt:**

Patrick Hofer,  
Managing Partner,  
vibrio. Kommunikationsmanagement  
Schweiz GmbH,  
Technoparkstrasse 1, CH-8005 Zürich,  
Phone +41 (0) 44 4452434

[patrick.hofer@vibrio.ch](mailto:patrick.hofer@vibrio.ch)  
[www.vibrio.ch](http://www.vibrio.ch)

## Virales Marketing – Chocolat Frey erweckt Einhorn zum Leben

Markenzeichen des Schweizer Traditions-Chocolatiers Chocolat Frey ist seit jeher das Einhorn – ein Fabelwesen, das im Mittelpunkt einer beispiellosen Web-2.0-Aktion vom vibrio Büro in Zürich unter der Federführung der Publicis Werbeagentur, im Sommer 2007 für Furore sorgte. Die Studenten Anne und Jörn, im wahren Leben Schauspieler, reisten in die Schweizer Alpen, um ein paar romantische Tage in unberührter Natur zu verbringen. Im Val Cama filmten sie ein Einhorn – und das virale Marketing-Abenteuer nahm seinen Lauf.

Nach dem inszenierten Urlaub stellte das Pärchen seinen Film – eine Computeranimation – in verschiedene Videoportale, berichtete in seinem Blog über die Entdeckung und informierte die lokalen Medien. Von da an überschlugen sich die Ereignisse: Mehr als eine Viertelmillion Menschen sahen sich auf Metacafé, Youtube und Co. das Schweizer Einhorn an. Weltweit wurde in Hunderten von Blogs und Foren gerätselt, ob es sich bei dem weißen Pferd tatsächlich um ein Fabelwesen handelt. Der Riesenhype gipfelte in einem Helikopterflug der Schweizer News-Sendung Telesguard über dem Val Cama.



### AUFLÖSUNG IN SECOND LIFE

Auf seinem Höhepunkt angelangt, wurde das Rätsel durch eine Pressemeldung und den Hinweis aufgelöst, dass das Einhorn eingefangen wurde und ab sofort in Second Life bewundert werden kann. Ein Finale, das die Berichterstattung in den Online- und Printmedien endgültig zum explodieren brachte.

### MARKENINSZENIERUNG MIT WEB 2.0

Intention der PR-Aktion war es, dem seit 1887 verwendeten Markenzeichen von Chocolat Frey mit den Möglichkeiten des Web 2.0 auf zeitgemäße Art und Weise Leben einzuhauchen. Mit Hilfe von Blogs, Videoportalen, Social-Networking-Sites und virtuellen Welten sollte das Einhorn in einem medienübergreifend inszenierten Märchen auch international für Aufmerksamkeit sorgen und das Terrain für die in der Schweiz lancierte TV- und Print-Kampagne ebnen. Ein Ziel, das durch die vibrio Zürich an der spektakulären Kampagne im Bereich der Medienarbeit und dem Online Kommunikationsmanagement weit übertroffen wurde.

Überzeugen Sie sich selbst: Wer in den Suchmaschinen die Begriffe «Einhorn» und «Schweiz» eingibt wird feststellen, dass das Fabelwesen nun endgültig mit Chocolat Frey assoziiert wird.





„Wenn wir alle Views der Online-Videoplattformen, die Besucher auf dem Reisetagebuch, die Nennungen in den traditionellen Medien, Weblogs und Foren sowie die Besuche in der virtuellen Welt von Second Life addieren, stellen wir über die primäre Zielsetzung hinaus eine erstaunlich hohe und international abgestützte Reichweite der Kampagne fest.“

Marion Marxer,  
Senior Brand Director und  
Geschäftsleitungsmitglied der  
Publicis Werbeagentur AG

**Kontakt:**

Patrick Hofer,  
Managing Partner,  
vibrio. Kommunikationsmanagement  
Schweiz GmbH,  
Technoparkstrasse 1, CH-8005 Zürich,  
Phone +41 (0) 44 4452434

[patrick.hofer@vibrio.ch](mailto:patrick.hofer@vibrio.ch)  
[www.vibrio.ch](http://www.vibrio.ch)

## Virales Marketing – Chocolat Frey erweckt Einhorn zum Leben

Markenzeichen des Schweizer Traditions-Chocolatiers Chocolat Frey ist seit jeher das Einhorn – ein Fabelwesen, das im Mittelpunkt einer beispiellosen Web-2.0-Aktion vom vibrio Büro in Zürich unter der Federführung der Publicis Werbeagentur, im Sommer 2007 für Furore sorgte. Die Studenten Anne und Jörn, im wahren Leben Schauspieler, reisten in die Schweizer Alpen, um ein paar romantische Tage in unberührter Natur zu verbringen. Im Val Cama filmten sie ein Einhorn – und das virale Marketing-Abenteuer nahm seinen Lauf.

Nach dem inszenierten Urlaub stellte das Pärchen seinen Film – eine Computeranimation – in verschiedene Videoportale, berichtete in seinem Blog über die Entdeckung und informierte die lokalen Medien. Von da an überschlugen sich die Ereignisse: Mehr als eine Viertelmillion Menschen sahen sich auf Metacafé, Youtube und Co. das Schweizer Einhorn an. Weltweit wurde in Hunderten von Blogs und Foren gerätselt, ob es sich bei dem weißen Pferd tatsächlich um ein Fabelwesen handelt. Der Riesenhype gipfelte in einem Helikopterflug der Schweizer News-Sendung Telesguard über dem Val Cama.



### AUFLÖSUNG IN SECOND LIFE

Auf seinem Höhepunkt angelangt, wurde das Rätsel durch eine Pressemeldung und den Hinweis aufgelöst, dass das Einhorn eingefangen wurde und ab sofort in Second Life bewundert werden kann. Ein Finale, das die Berichterstattung in den Online- und Printmedien endgültig zum explodieren brachte.

### MARKENINSZENIERUNG MIT WEB 2.0

Intention der PR-Aktion war es, dem seit 1887 verwendeten Markenzeichen von Chocolat Frey mit den Möglichkeiten des Web 2.0 auf zeitgemäße Art und Weise Leben einzuhauchen. Mit Hilfe von Blogs, Videoportalen, Social-Networking-Sites und virtuellen Welten sollte das Einhorn in einem medienübergreifend inszenierten Märchen auch international für Aufmerksamkeit sorgen und das Terrain für die in der Schweiz lancierte TV- und Print-Kampagne ebnen. Ein Ziel, das durch die vibrio Zürich an der spektakulären Kampagne im Bereich der Medienarbeit und dem Online Kommunikationsmanagement weit übertroffen wurde.

Überzeugen Sie sich selbst: Wer in den Suchmaschinen die Begriffe «Einhorn» und «Schweiz» eingibt wird feststellen, dass das Fabelwesen nun endgültig mit Chocolat Frey assoziiert wird.

