

Männerpflanzen-Kampagne mit Maxim Hartman wird zum Reichweiten-Hit

Große Reichweite durch Videos und Free Publicity

Die Kampagne von Mooiwatplantendoen.nl, der niederländischen Ausgabe der Konsumentenwebseite pflanzenfreude.de, bei der der niederländische Schauspieler Maxim Hartman, als Experte für Männeremanzipation, Pflanzen und Frauen, in das Phänomen Männerpflanzen einführt, hat sich als echter Hit entpuppt. Hartmans unnachahmliche, witzige Videos über die Pflanze als grüner Frauenmagnet, haben nicht nur positive Reaktionen hervorgerufen, sondern darüber hinaus auch noch eine bemerkenswerte Verbraucherreichweite erzielt.

Die Kampagne in Kürze

Sechs Männerpflanzen Bogenhanf (Sanseveria), Kroton (Codiaeum), Monstera, Strahlenaralie (Schefflera), Efeutute (Scindapsus) und die Bananenpflanze stehen im Mittelpunkt der Videos. Darin macht Hartman deutlich, dass diese Pflanzen echte Frauenmagnete sind, wenn man sie im Haus hat. Nun ja, im Haus ... eigentlich hat er die Pflanzen auf die Straße gebracht, um seine Theorie zu beweisen. Mit der jeweiligen Pflanze, in einem speziellen Gurt vor dem Bauch getragen, erregte Hartman dabei sofort die Aufmerksamkeit der Frauen. Theorie bewiesen.

Videos und free publicity

Das erste Video wurde auf Mooiwatplantendoen.nl am 24. Oktober 2017 live geschaltet, das letzte am 14. November. Die Filme wurden auf Magazin-Webseiten wie Lindanieuws.nl und Jfkmagazine.nl gezeigt und in den sozialen Medien beworben. Maxim Hartman war außerdem Gast der in den Niederlanden populären Fernseh-Sendungen „RTL Boulevard“ und „Pauw“ und in verschiedenen Radio-Shows. Durch diese aufmerksamkeitsstarke Free Publicity für die Kampagne, wurden die finanziellen Aufwendungen für die Produktion bereits wieder eingespielt.

Positive Ergebnisse und Reaktionen

Angesichts des provokativen Charakters der Kampagne (und von Hartman selbst) war das Blumenbüro Holland auf heikle Fragen und sogar negative Reaktionen vorbereitet. Doch die Befürchtungen waren unbegründet. Auf YouTube erschienen sehr schnell Kommentare wie:

„Dies ist die erste YouTube-Werbung, die ich vollständig angeschaut und den Link angeklickt habe. Gut gemacht!“

„So sollte gemacht sein.“

„Wenn man eine Werbung von mehr als einer Minute macht, ist das genau der richtige Weg!“

Und die Ergebnisse in Zahlen? Die Videos wurden bisher insgesamt 1,6 Millionen mal auf YouTube, Facebook und Instagram angeschaut.

Sie möchten mehr darüber wissen?

Dann nehmen Sie Kontakt auf mit Frank Teuber, f.teuber@blumenbuero.de oder über +49 (0)201-51784030

