

06.02.2012 - 09:00 Uhr

## **Wie weckt man Prinzen? Misslyn startet Facebook-Kampagne mit interaktivem Video / Kaizen Online Marketing und infotainweb verantworten Konzeption und Umsetzung**

München (ots) -

Misslyn, die Kosmetikmarke der ARTDECO Cosmetic Group für trendbewusste junge Frauen, startet ab 6. Februar eine virale Videokampagne auf Face-book. Die Story der Kampagne: Fans der Facebook-Seite von Misslyn sollen als Misslyn-Girl einen schlafenden Prinzen wecken. Wie sie das schaffen, ob mit Alphorn, Preßlufthammer oder Heißluftföhn, entscheiden sie selbst mit Hilfe verschiedener, zur Auswahl stehender Videosequenzen. So können sich die Nutzerinnen einfach und schnell ihr eigenes unterhalt-sames Video erstellen. Ist der Film fertig, wird er automatisch auf YouTube hochgeladen. Damit nimmt man am Gewinnspiel teil und kann das fertige Video auch mit seinen Freunden teilen.

Attraktive Preise bieten einen zusätzlichen Anreiz: Zu gewinnen gibt es eine rosa Misslyn-Vespa, Fotokameras sowie 197 weitere Preise. Die Social Media Kampagne kann als Appli-kation auch von anderen Facebook-Fanseiten einfach integriert werden. Verantwortlich für die Konzeption und Umsetzung der Kampagne sind die beiden Agenturen Kaizen Online Marketing (Online Marketing und Programmierung), Unterschleißheim, und infotainweb (Vi-deo), München.

"In unserer Kampagne setzen wir bewusst auf virale Elemente und nicht auf klassische Wer-beformen. Die Kombination aus Bewegtbild, Emotionen und viel Interaktion mit den Nutzern entspricht den Anforderungen der heutigen Zeit. Mit Social Media erreichen wir unsere Ziel-gruppe und binden sie nachhaltig an unsere Marke", sagt Julia Rehage, Marketing Managerin von Misslyn.

"Mit dem dezenten Product Placement in den animierten Zeichnungen ist die interaktive Vi-deokampagne ein innovatives Beispiel für Branded Entertainment in Social Media", so Stefan Huber, CEO der infotainweb AG. Und Sven Frisch, Inhaber von Kaizen Online Marketing, ergänzt: "Bei der Konzeption der Kampagne haben wir auf modernste Techniken - wie u.a. Eyetracking Simulationen - zurückgegriffen um das Benutzer-Erlebnis schon im Vorfeld zu optimieren. Dazu haben wir besonders auf die viralen Effekte geachtet, so dass sich der Benutzer mit der Kampagne emotional identifizieren kann."

Bildmaterial zur Kampagne und ein Beispielvideo stehen unter [www.infotainweb.com/misslyn](http://www.infotainweb.com/misslyn) zum Abruf zur Verfügung.

Über Misslyn

Misslyn präsentiert eine Welt voller Farben. Die Marke wurde im Herbst 2010 von Herrn Helmut Baurecht, Inhaber der ARTDECO Cosmetic Group, gekauft und bietet trendbewuss-ten Frauen ein komplettes Make up-Sortiment in aktuellen Farben. Die Misslyn Your Beauty - Your Colors - Your Style-Kollektion ist ein innovatives Konzept für den Parfümerie Fachhan-del, um ein breit gefächertes Make-up Sortiment und regelmäßige Trendkollektionen einem breiten Publikum anbieten zu können. Die hochwertigen Produkte, das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis und das moderne Design der Produkte sprechen besonders junge Frauen an. Alle sechs Wochen spiegelt das innovative Farbkonzept von Misslyn ([www.misslyn.de](http://www.misslyn.de)) die neusten Trends bei Nail Polish, Eyeshadow und Lipstick wider.

Über Kaizen Online Marketing

Kaizen Online Marketing mit Sitz in Unterschleißheim bei München ist ein Unternehmen mit einem vielfältigen Angebot an Online-Marketing- und Web-Dienstleistungen. Im Fokus stehen dabei die Online-Marketing-Beratung, die Konzeption von Social Media und Online-Marketing-Kampagnen, Suchmaschinen-Optimierung (SEO), Suchmaschinen-Werbung (SEA), Conversion-Optimierung und die Web-Entwicklung. Kaizen Online Marketing strebt im Rahmen der Dienstleistungen stets nach Perfektion. Innovation und Kreativität ist der Motor des Unternehmens und das höchste Ziel besteht darin, nachhaltigen Mehrwert für Kunden zu schaffen. Dabei setzt Kaizen Online Marketing auf einen großen Pool an herausragenden Experten in den jeweiligen Fachgebieten. Seit nunmehr zehn Jahren bedient Kaizen Online Marketing namhafte deutsche Unternehmen. Dazu gehören unter anderem die ProSieben-Sat.1 Games GmbH, die ARTDECO Cosmetic Group sowie die PARA AG.

## Über infotainweb AG

Der Name infotainweb ist kein Zufall. Mit Produkten und Dienstleistungen will die Video-Agentur informieren und unterhalten. Kein Medium eignet sich hierzu besser als Bewegtbild. Mit Teamgeist, Leidenschaft und Kreativität hat sich infotainweb seit der Firmengründung 2007 zu einer Spezial-Agentur für Video-Marketing und Video-PR entwickelt. infotainweb bietet ein Komplett-Paket rund um Bewegtbild an: Von der Kreation und Produktion innovativer Video-Formate über deren Verbreitung auf alle relevanten Kanäle wie Social Media, Apps, das Web oder TV bis hin zur Erfolgsmessung. Zu den Kunden gehören u.a. 11880, der ADAC, Amazon, ARTDECO, das Bundesfamilienministerium, das Bundesumweltministerium, DB Regio, ebay, Microsoft, news aktuell, Salamander, Solarlux, die Sparda Bank, die Süddeutsche Krankenversicherung, die Süddeutsche Zeitung, der Verlag moderne industrie und W&V.

### Kontakt:

Nagia El-Sayed  
ICB innovative cosmetic brands GmbH  
Gaußstr. 13, 85757 Karlsfeld  
Tel. 08131 390-109  
Mail: [nagia.elsayed@artdeco.de](mailto:nagia.elsayed@artdeco.de)

Max Jörg  
infotainweb AG  
Kühbachstr. 11, 81543 München  
Telefon 089 2006298 0  
[max.joerg@infotainweb.com](mailto:max.joerg@infotainweb.com)

Sven Frisch  
Kaizen Online Marketing  
An der Burg 10, 85716 Unterschleißheim  
Telefon: 089 958 99 111  
Mail: [s.frisch@kaizen-onlinemarketing.de](mailto:s.frisch@kaizen-onlinemarketing.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100051398/100712504> abgerufen werden.