



## **Pressemitteilung**

### ***Hirsch oder Memme: yoc bringt sogar fremde Hirsche ins Gehege***

Berlin, 28. August 2002

Bereits im Juni trieb yoc die Hirsche für die „Jägermeister Party Akademie“ ein, nun intensivierte die Mast-Jägermeister AG die Zusammenarbeit und beauftragte den Mobile Marketing Spezialisten mit einer weiteren Mobile Kampagne. Der im Juli und August realisierte „Jägermeister- Männlichkeitstest“ stellte die yoc-eigene Community auf die Probe: Hirsch oder Memme?

Im Vorfeld des Tests diente eine Mobile Marktforschung dazu, die Trinkgewohnheiten der Zielgruppe zu erfassen. Daran anknüpfend wurde der maßgeschneiderte SMS-Test an über 130.000 männliche Nutzer aus der yoc Community verschickt. Der stufenweise verschickte Fragebogen bot Teilnehmern die Möglichkeit, anhand von drei Fragen ihre „Männlichkeit“ auf unterhaltsame Weise unter Beweis zu stellen und sich so den Ehrentitel des „Platzhirschs“ zu sichern. So lagen User, die wussten wie man Bambi klarmacht, oder warum es handlich ist, immer ein paar Flaschen Jägermeister dabei zu haben, gut im Rennen. Doch auch die, die sich anhand des Tests als „Memmen“ entpuppten, gingen nicht leer aus. Völlig unabhängig davon, ob man sich nun als Geweihträger bewährte, oder den gut gemeinten Rat erhielt, das Röhren doch lieber anderen zu überlassen, erhielten alle Teilnehmer im Anschluss das beliebte Jägermeister-Symbol, den Hirschkopf, für ihr Mobiltelefon.

Mit dem mobilen Männlichkeitstest machte sich der Spirituosen-Hersteller spielerisch die Vorteile von content-basiertem Marketing zu Nutze und positionierte Jägermeister noch stärker als attraktive Marke für die jüngere Zielgruppe.

Die überdurchschnittlich hohen Responsewerte sowie die niedrige Abbruchraten - fast 100 Prozent der Interessierten absolvierten den kompletten Test - zeugen davon, dass sowohl die Marke, die Mechanik, als auch der Humor des Tests auf breites Interesse bei den Teilnehmern traf. Starke virale Effekte sorgten für Response auch außerhalb der Community. Das zeigte sich anhand der hohen Anzahl von Quereinsteigern, also nicht angeteaserten Usern, die ebenfalls das Röhren lernen wollten, und sich den Männlichkeitstest aufs Handy wünschten.

Erfreuliches am Rande: die yoc\_Community hat sich nicht blamiert; 85 Prozent der User qualifizierten sich als Hirsch.



Über yoc:

Die YOC AG ist einer der führenden Anbieter im Bereich Mobile Marketing. Das in Berlin-Mitte ansässige Unternehmen hebt sich besonders durch seine authentische Ansprache und seine Nähe zur Zielgruppe hervor. Durch einen lösungsorientierten und kundenfreundlichen Beratungsansatz konnten namhafte Unternehmen wie beispielsweise Procter & Gamble und Pepsi Cola als Kunden gewonnen und in Kooperationen eingebunden werden. Durch publikumswirksame Aktionen (Porsche Cash oder Crash, SMS-Schummelhilfe) hat yoc inzwischen Zugang zu 2,2 Mio. Handynutzern zwischen 13 und 35 Jahren.

Kontakt:

Merve Liebelt  
Public Relations

YOC AG

Dircksenstr. 47

10178 Berlin

Tel. +49-30 72 61 62 -161

Fax.+49-30 72 61 62- 222

mail: [merve.liebelt@yoc.de](mailto:merve.liebelt@yoc.de)

[www.yoc.ag](http://www.yoc.ag)

[www.yoc.de](http://www.yoc.de)