

25
Nov

Veröffentlicht:
25. November
2014

Kategorie:
Branded
Entertainment



Kleenex und der "Kiss of Life"



Ein schönes Beispiel für [emotionales Storytelling](#) hat Kleenex, Kimberly Clark Schweiz gemeinsam mit der Frankfurter Agentur Wolkenkratzer entwickelt. Der Viralspot stellt ein Taschentuch als Liebesbeweis zwischen Mutter und Tochter in den Mittelpunkt der Geschichte.

„Wir sind ziemlich stolz auf die Umsetzung und freuen uns dass schon in den ersten Tagen 14.000 Leute den Film gesehen haben und jetzt sogar bei 240.000 nach nur 2 Wochen“, so Ilka Sommer, Brand Manager Kleenex Schweiz und Österreich und verantwortlich für das Projekt gegenüber BEO. „Wir hoffen dass der Film hilft, eine emotionale Bindung mit der Marke zu schaffen.“

Der Film „Kiss of Life“ zeigt eine schöne Beziehung zwischen einer Mutter und ihrer Tochter, die auf einer wahren Geschichte basieren soll. Sehen Sie hier das Video:



Suchbegriff eingeben...

los!

Newsletter

Name

E-Mail

Abonnieren

spoton
news

13 MIO. UU REICHWEITE
AUF PREMIUM-SEITEN