

INFLUENCER MARKETING

ELECTRONICS

SAMSUNG ELECTRONICS

LEO BURNETT /
STARCOM GERMANY

FINALIST

KUNDE

Samsung Electronics GmbH, Eschborn

VERANTWORTLICH

Mario Winter (Vice President Marketing), Sarah Blasberg (Team Lead Influencer Relations & Social Channels), Nadine Kampf (Influencer Relations Manager), Rahim Heydarinami (Head of Training & Consumer Engagement), Raphael Pistorius (Demand Generation Manager), Carmen Rackl (Sr. Manager Marketing Communication), Pegah Nory (Jr. Social Media Manager), Tatjana Stanke (Teamlead Smartphones Marketing Communication)

AGENTUR

Leo Burnett GmbH, Frankfurt am Main

VERANTWORTLICH

Christian Konzack (Executive Client Partner) Benjamin Merkel (Executive Creative Director) Alina Michel (Director Live Commerce) Martin Schürger (Sr. Client Partner) Viktor Kislovskij (Head of Technology & AI) Helge Kniess (Creative Director) Benjamin Kleinert (Sr. Creative Technologist) Inga Francke (Art Director) Linda Tröppner (Copywriter) Mario Loncar (Sr. Copywriter)

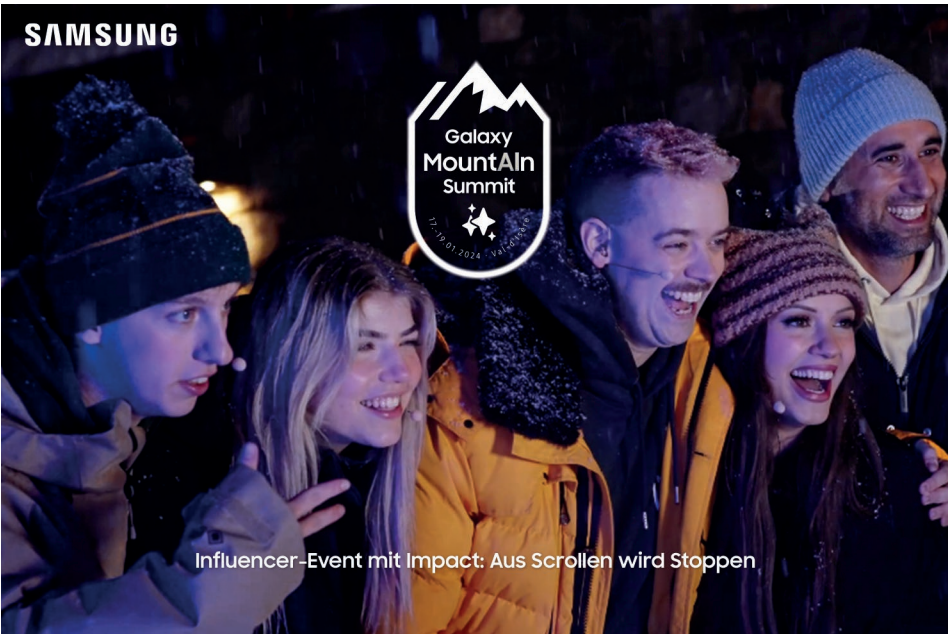
PARTNERAGENTUR

Starcom Germany GmbH, Frankfurt am Main

VERANTWORTLICH

Claire Prost (Supervisor Social Media Planning) Sandra Pratter (Account Supervisor)

26 CREATOR. 1850 HÖHENMETER. EINE EPISCHE AI EXPERIENCE.



Influencer-Event mit Impact: Aus Scrollen wird Stoppen

HINTERGRUND

NEUE SMARTPHONES VERLIEREN AN REIZ

In unserer tech-getriebenen Welt macht sich eine Erschöpfung breit: Der Smartphone-Markt ist zwar enorm gewachsen, damit jedoch auch zunehmend gesättigt. Ein neuer Smartphone-Launch allein löst keinen Hype mehr aus.

INFLUENCER VERLIEREN AN EINFLUSS

Beim Launch der Galaxy S24-Serie setzt Samsung auf die Gen Z als Fokus-Zielgruppe und nutzt dafür Influencer und Social Media als bewährte Mittel, um die Digital Natives zu erreichen. Doch durch Übersättigung und exzessiven Paid Content auf Social Media verliert Influencer-Marketing immer mehr an der Fähigkeit, den Scroll-and-Skip-Automatismus der Nutzer*innen zu stoppen.

ZIELE

Aus diesen Herausforderungen ergibt sich für uns die Aufgabe, neue Reizpunkte für den Launch der Galaxy S24-Serie zu setzen und auf den Social-Kanälen die Thumb-Stopping-Power zurück ins Influencer-Marketing zu bringen.

- **Geschäft:** Anzahl der Vorbestellungen zum Vorjahr um +10 Indexpunkte toppen
- **Marketing Awareness** für die Galaxy S24-Serie und Galaxy AI in der Gen Z steigern
- **Aktivierung:** Gen Z von der Galaxy S24-Serie und Galaxy AI begeistern, Livestream-Interaktion steigern und positives Produkt-Sentiment erzeugen

INSIGHTS

LAUNCH-FATIGUE ALS GEN Z PHÄNOMEN

Die Ansprüche an Marken sowie Influencer haben sich verändert. Bei Smartphone-Launches muss heute mehr kommen – an Neuigkeit, Mehrwert und Story. Die Gen Z ist müde, die Erwartungen an ein neues Smartphone sind groß. Denn für sie ist eine Innovation erst dann eine, wenn sie ihr Leben tatsächlich bereichert. Wir attestieren eine Launch-Fatigue in einer Zielgruppe, die eigentlich social- und innovationsaffin ist.

INNOVATION AI ALS BLACK BOX

Im Kontext des Launches der Galaxy S24-Serie bekommt das Thema Innovation einen noch abstrakteren Namen: AI. Denn AI als Innovation ist zum Zeitpunkt des Launches noch wenig greifbar, sondern vielmehr diffus.

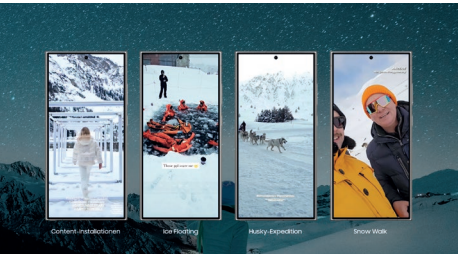
STRATEGIE

INFLUENCER MACHEN GALAXY AI-FEATURES FÜR DIE GEN Z ERLEBBAR(ER)

Mit unserem strategischen Fokus auf Authentizität, Mehrwert und Erlebnis laden wir eine Vielzahl an Top-Influencern zum Galaxy MountAln Summit ein. Wir setzen kein klassisches Launch-Event um, sondern ein inspirierendes Ereignis, bei dem vielfältige Galaxy AI-Features für die Lebenswelt der Gen Z kreativ zum Leben erweckt werden.

CASE SUMMARY

Das Samsung Galaxy MountAln Summit weckt die Gen Z aus ihrer Smartphone-Launch-Fatigue mit echter Thumb-Stopping-Power für den Galaxy S24-Launch.



UMSETZUNG

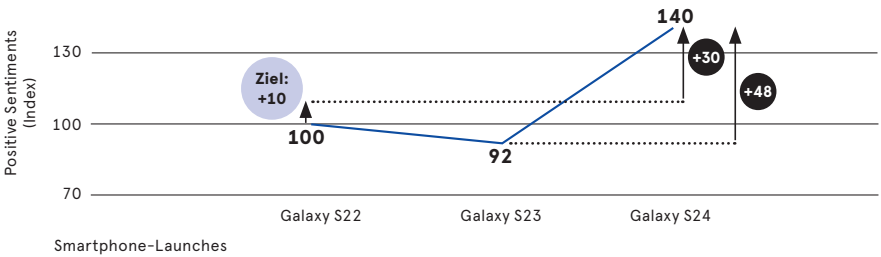
EIN VIELSCHICHTIGES ERLEBNIS

Mit dem Galaxy MountAln Summit inszenieren wir ein großes und umfangreiches Influencer-Event für Samsung. Wir laden Influencer aus dem Samsung Creator-Pool auf eine dreitägige Reise in die französischen Alpen ein, um sowohl Livestreams als auch Content für die Pre-Order- und Launch-Phase zu produzieren. Dabei erreichen die Content Creators ein breites Publikum aus verschiedenen Communities mit diversen Interessen.

CONNECTION FÜHRT ZU ENGAGEMENT

Unsere Livestreams sind vollgepackt mit Aktivitäten, Emotionen und Überraschungen, womit wir Neugier und Begeisterung der Gen Z für die Galaxy S24-Serie wecken. Durch unsere Livestreams werden die Communities der Creators Teil des Geschehens vor Ort und können sich durch alltagsnahe und authentische Testszenarien von der Galaxy AI und dem neuen Smartphone überzeugen. Die Community zeigt nicht nur anfängliches Interesse, sondern bleibt dran, hat Spaß und interagiert im Live-Chat mit ihren Creators. So sorgen wir gleichzeitig für einen Push- und Pull-Effekt.

SEHR POSITIVE WAHRNEHMUNG DES NEUEN SMARTPHONES



Quelle: Samsung Unpacked 7 Days Reports Feb 2022/ Feb 2023/ Jan 2024

INFLUENCER-MARKETING NEU GEDACHT

Mit unserer Roadblock-Strategie auf den relevanten Social Kanälen überführen wir eine Mechanik aus der alten Medienwelt in die neue: Es wird auf einer Vielzahl von Owned- sowie Influencer-Kanälen gepostet.

ERGEBNISSE

Wir schaffen ein Influencer-Event mit Impact. Im Kern steht dabei das Erleben von AI-Features, die den Alltag der Gen Z sichtlich bereichern, mit messbarem Erfolg in den Dimensionen Geschäft, Marketing und Aktivierung. Aus Smartphone-Launch-Fatigue der Gen Z wird hochperformante Galaxy S24-Begeisterung dank Galaxy AI. Wir erzeugen eine Thumb-Stopping-Power in Social, die zum echten Sales-Booster wird.

GESCHÄFT: INFLUENCER-MARKETING MIT SALES-BOOSTER

Unser Galaxy MountAln Summit erweist sich als wahrer Sales- und Umsatz-Booster: Die generierten Pre-Order-Sales liegen sowohl deutlich über der Benchmark als auch mit +43 Indexpunkten über dem festgelegten Ziel.

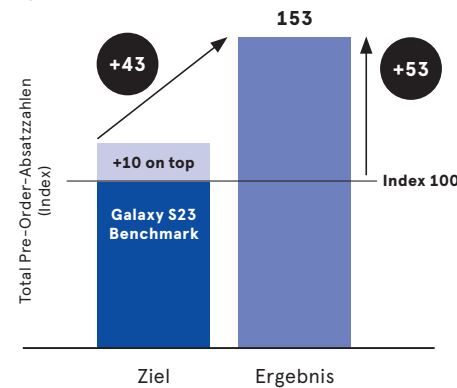
MARKETING: INFLUENCER-MARKETING MIT THUMB-STOPPING-POWER

Wir haben den Scroll-and-Skip-Automatismus der Zielgruppe auf Social Media gestoppt und ihre Aufmerksamkeit auf die Galaxy S24-Serie gezogen. Mit 12 Indexpunkten mehr Kontakten im Vergleich zu unserem Reichweitenziel haben wir die Sichtbarkeit deutlich erhöht.

AKTIVIERUNG: INFLUENCER-MARKETING MIT PUSH- & PULL-EFFEKT

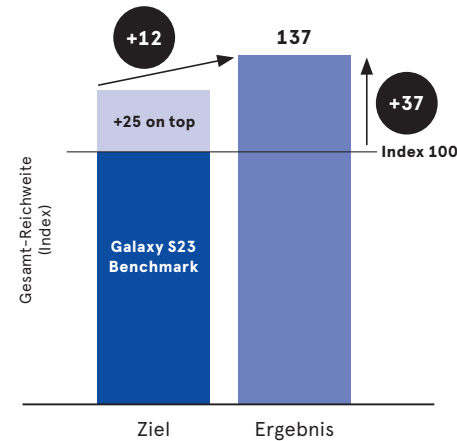
- **Push-Effekt:** Mit unserer Roadblock-Strategie erreichen wir eine hohe Live-Viewer-Abdeckung, die mit +74 Indexpunkten weit über die eingekaufte Reichweite der einzelnen Creators hinausgeht.
- **Pull-Effekt:** Der Galaxy MountAln Summit verstand die Zielgruppe und kreierte 72 Indexpunkte mehr Interaktionen als in der Benchmark im Vorjahr. Unser Live-Streaming-Takeover motiviert die Gen Z zum Dranbleiben und Interagieren.

DEUTLICH HÖHERE PRE-ORDER-SALES ALS ERWARTET



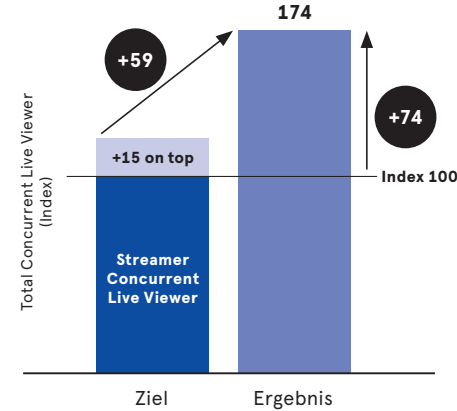
Quelle: SAP Hybris Feb 2023/ Jan 2024

SAMSUNGS GALAXY S24 ERREICHT MEHR MENSCHEN ALS GEPLANT



Quelle: Analytics der digitalen Channels (Twitch, YouTube, Meta, Firework) Feb 2023 / Jan 2024 | Samsung Unpacked 7 Days Report Feb 2023 / Jan 2024

DIE SUMMIT-LIVESTREAMS BEGEISTERN VIELE EYEBALLS VON AI



Quelle: Analytics der digitalen Channels (Twitch, YouTube, Meta, Firework) Jan 2024/ April 2025