**PRESSEINFORMATION**

**Pünktlich zum Kinostart von Garfield**

**Lingner Marketing entwickelt Gamification Ad für Vitakraft**

*Um mehr Involvement bei der Zielgruppe zu schaffen, entwickelte Lingner Marketing für ihren Kunden Vitakraft eine Gamification Ad. Pünktlich zum Kinostart von Garfield schafften die Kreativen die Möglichkeit, Garfield und Odie beim Einkaufen der Vitakraft Produkte virtuell zu unterstützen, um dann mit einem realen Gutschein für die aktuelle Rabattaktion im Handel belohnt zu werden.*

FÜRTH, Juni 2024 – Kaum jemand kennt den kleinen orangefarbenen Kater Garfield und seinen treuen, aber tollpatschigen Freund Odie nicht. Gerade erleben die beiden im Kino mit dem Film „Garfield – Eine extra Portion Abenteuer“ ihr vielbeachtetes Revival. Für Vitakraft, ein Markenunternehmen aus der Heimtierbranche, eine sehr gute Gelegenheit, die große Aufmerksamkeit mit einer breitangelegten Rabattaktion im Handel zu nutzen. Um diese Aktion bekannt zu machen, geht das Unternehmen neben den klassischen Wegen diesmal auch einen besonders kreativen und spielerischen Weg. So entwickelte Lingner Marketing als Leadagentur eine Gamification Ad, die die Zielgruppe zur direkten Interaktion einlädt.

**Interaktives Snack-Shopping mit Garfield**

Die zielgruppengerecht ausgespielte Gamification Ad zeigt Garfield und Odie im Supermarkt und animiert den Betrachtenden zum Vitakraft Snack-Shopping. Werden insgesamt drei Artikel aus den Sortimenten Katzen- und Hundesnacks im Wert von insgesamt 8 Euro in den Einkaufswagen hinzugefügt, wird man automatisch auf die Seite mit dem 2 Euro Spar-Coupon geleitet, der dann im Handel eingelöst werden kann. Wo der nächste Händler vor Ort zu finden ist, wird durch die Eingabe der Postleitzahl oder Standortbestimmung ebenfalls gleich beantwortet.

Mit dieser interaktiven Werbeform wird die Zielgruppe auf spielerische Weise aktiviert und Vitakraft als Marke gestärkt. Die Aktion ist bis zum 30.06.2024 befristet und nutzt die Begeisterung rund um den Kinostart von Garfield optimal aus. Auf den Social-Media-Kanälen greift Vitakraft das Thema ebenfalls auf. Dort wird zusätzlich ein Gewinnspiel promotet, bei dem die Haustierbesitzenden Fotos und Videos ihrer Katzen oder Hunde, die sie an Garfield oder Odie erinnern, einreichen und sich Kinotickets sowie Snack-Pakete sichern können.

Weitere Informationen zur Aktion finden Interessierte unter:

<https://www.vitakraft.com/de/de/couponing#c10370>

***Über Lingner Marketing***

*„Powered by passion” – dieser Leitsatz ist nicht nur eine Phrase, sondern wird bei Lingner Marketing aktiv gelebt. So arbeitet die Agentur täglich voller Leidenschaft für den Erfolg ihrer Kundinnen und Kunden. Gegründet als klassische Werbeagentur im Jahr 1989 hat sie sich heute erfolgreich als Expertin für holistische Markenerlebnisse positioniert und behauptet sich seit Jahren erfolgreich im Umsatzranking von W&V, Horizont und GWA unter den Top 50 der größten inhabergeführten Agenturen. Das Leistungspaket für Unternehmen aus den Bereichen B2B und B2C beginnt bei der strategischen Beratung, geht über Brandbuilding mit zielführenden Markenworkshops und reicht bis hin zur crossmedialen Umsetzung von Online- und Offline-Maßnahmen. Beheimatet im mittelfränkischen Fürth beschäftigt die Agentur derzeit 48 Angestellte.*

**Bildunterschriften**

Ein Bild, das Text, Screenshot, Cartoon, Spielzeug enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

*Pünktlich zum Kinostart von Garfield sorgte die von Lingner Marketing entwickelte Gamification Ad für Vitakraft für große Aufmerksamkeit in der Zielgruppe.*

**Pressekontakt:**

Tanja Nürnberger  
Text | PR | Beratung

Am Fürstenberg 12 | 91325 Adelsdorf   
Tel: +49 9195 9289630  
E-Mail: [tanja.nuernberger@lingner.de](mailto:tanja.nuernberger@lingner.de)