

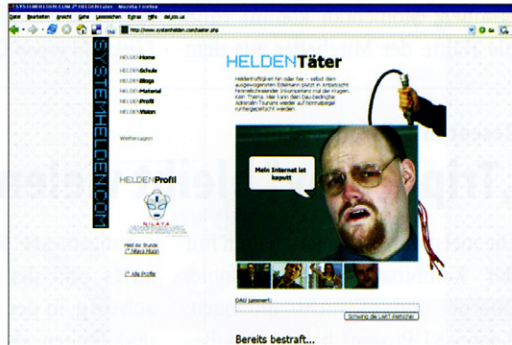
Berger Baader Hermes/Sun Microsystems

## Zombies sollen für mehr Produkt-Interesse sorgen

Die Münchner Agentur **Berger Baader Hermes** (BBH) realisiert eine virale Kampagne für die **Sun Microsystems**-Plattform **Systemhelden.com**. Zielgruppe der Community sind System-Administratoren, die ihre branchenspezifischen Blogs veröffentlichen und sich austauschen wollen.

Mit der viralen Spot-Aktion „DAWN OF THE DAUS“ (DAU = Dummster anzunehmender User, ein geläufiger, abfälliger Ausdruck in der IT-Branche) orientiert sich BBH inhaltlich am Splatterfilm-Klassiker „Dawn of the Dead“, in dem sich eine Gruppe Überlebender gegen eine Zombie-Übermacht wehren muss. In den von BBH gestalteten viralen Spots werden die Zombies als Gestalten dargestellt, die Sätze murmeln wie „Mein Internet ist kaputt“, „Die Taste habe ich noch nie gedrückt“ und „Ich habe nichts verändert“. Gegen diese „Zombies“ wehren sich die Systemhelden mit DAU-Peitschen.

Alle Episoden der Aktion sind über den Channel „Helden-Vision“ auf Systemhelden.com und über die Video-Community **YouTube** abrufbar. Zusätzlich können sich die Systemer ihren DAU-Frust bei einem „Real-Video-Hau-



*In den viralen Spots wehren sich IT-Administratoren mit Peitschen gegen nervige Computer-Anwender. Die Aktion soll für mehr Content auf Systemhelden.com sorgen.*

drauf-Game“ von der Seele peitschen. Ziel ist es, bei IT-Administratoren mittels der viralen Entertainment-Inhalte, allgemeines Interesse für das „60 Tage Try&Buy“-Programm der Sun Server zu wecken sowie mehr Content auf der Website Systemhelden.com zu erzeugen. sz

**Produktwerbung**  
 Mit viralen Spots auf der IT-Community Systemhelden.com will die Münchner Agentur Berger Baader Hermes die Sun Server-Produkte bewerben und für mehr Produkt-Interesse unter der Zielgruppe der IT-Administratoren sorgen.