

ZSOZEATYA MR ESCAPE LAB

Edukációs kampány a gyermekek egészségéért – közérthetően, hitelesen, szórakoztatóan

Miről szól a kampány?

Mi történik, ha a játék és a gyógyítás világa találkozik – és egy escape room nemcsak szórakoztat, hanem valódi segítséget is ad?

A Zsozeatya MR Escape LAB – „Az Idődiagnosztikai Küldetés” egy különleges, élő stream-élmény, ahol a közönség egy izgalmas történet részese lesz, miközben a játék minden perce a gyermekek MR-diagnosztikáját támogatja.

A koncepció középpontjában az a gondolat áll, hogy az **MR láthatóvá teszi azt, ami szabad szemmel nem látszik**. A játéktérteret Zsozeatya egy misztikus, orvosi ihletésű laborban járja be, ahol rejtett üzenetek, UV-fénnyel előtűnő festmények és anatómiai feladványok vezetnek tovább. A nézők közben szavazhatnak, adományozhatnak, nehezíthetik vagy segíthetik a küldetést – így ők maguk is aktív részesei a történetnek.

A projekt célja, hogy **a gamification és az edukáció határán** egy látványos, humoros, de mégis mély tartalmat hozzon létre: szórakoztató formában mutassa meg, miért életbevágó, hogy a Semmelweis Egyetem Gyermekgyógyászati Klinikáján korszerű, gyermekbarát MR-készülék működjön.

Ez nem egy hagyományos stream, hanem egy **társadalmi élmény**: egy interaktív kaland, amelyben a nézők és a támogatók együtt írják a történetet. A kampányt támogató márkák nem hirdetőként jelennek meg benne, hanem **történetszereplőként** egy edukatív, országos CSR-kezdemenyezésben, ahol a figyelem egyszerre szól a közösségnek, a tudománynak és a segítségnyújtásnak.

KI VALÓSÍTJA MEG?

Zsozeatya – Magyarország egyik legnézettebb gaming és szórakoztató tartalomgyártója, akinek streamjei több százezer fiataalt érnek el heti szinten. Sajátos humorával és kreatív látványvilágával képes arra, hogy a fiatal közönség számára is érthetővé és élvezetessé tegyen komoly, társadalmi jelentőségű témákat. Nem először kapcsolódik egészségügyi célú CSR-projekthez, itt a játék tétje valós: a gyermekek gyógyulása.

„Nemcsak kijutni kell a szobából, hanem közben megérteni: az MR is egy küldetés – csak a test belsejében.”



@Zsozeatya
677K FELIRATKOZÓ

@zsozeatya
310K KÖVETŐ

@Zsozeatyaofficial
346K KÖVETŐ

♂
25-44 ÉVES

Hol jelenik meg a kampány?

Összes megjelenő tartalom:

1 IG Reels újraosztva FB Reels + 1 story
1 YT Live stream (és VOD) + 2 story
1 IG poszt | 1 IG Reels újraosztása FB Reels + 1 story
1 összefoglaló YT videó (live streamből)

YouTube Live stream (90–120 perc)

→ Live stream a teljes élményről, plusz egy összefoglaló videó

Facebook & Instagram Reels

→ Rövid, figyelemfelkeltő videók a szabaduló szoba élményről, a kampányról

Semmelweis Egyetem és MR-re kommunikációs felületein

→ Orvosszakmai és társadalmi hitelesítés

Hogyan jelenik meg a szponzor?

Instagram Reels / Facebook Reels videókban és leírásban

→ Grafikai megjelenítés + szponzorációs említés - narratívába ágyazva

YouTube Live tartalomban - chatbot és tartalomban

„A kampány támogatója: [Márkanév]”
→ Szóbeli, vagy narratív történetbeli említés logó vagy termékmegjelenéssel

YouTube videó elején és végén

„A kampány támogatója: [Márkanév]”
→ Szóbeli, vagy narratív történetbeli említés logó vagy termékmegjelenéssel

Hivatalos kampánykommunikációs felületeken

→ Logóval és megnevezéssel PR anyagokban

CSR Certificate és SE Alapítvány kommunikáció

→ A támogató hivatalosan nevesítve, auditálható formában

Mit ad ez a kampány a Marketingnek?

- **A márka egy látványos, szórakoztató, mégis értelmes társadalmi történetbe kapcsolódik** – nem reklámként, hanem élményként jelenik meg
- **Valós idejű stream- és videós jelenlét több csatornán: Twitch, YouTube, TikTok, Instagram** – YouTube, Facebook, Instagram – erős közönségeléréssel és magas nézői aktivitással
- **Gaming, tech és mainstream közegben is hiteles, fiatal célcsoportot elérő tartalom** – PR-, employer branding- és közösségi kommunikációban egyaránt használható

Mit ad ez a kampány a CSR-nak?

- **Valódi társadalmi ügy, konkrét egészségügyi cél:** a gyermekek MR-diagnosztikai esélyegyenlőségének támogatása
- **Interaktív adományrendszer** – a nézői aktivitás közvetlenül a jótékonyossági célt erősíti, valós idejű visszacsatolással
- **A támogató vállalatok csapatai is átélhetik a szabadulószoba élményét**, ahol játékosan, mégis érzékenyítő módon megtapasztalhatják, mit élnek át a gyerekek az MR-vizsgálatokkal kapcsolatos félelem és annak leküzdése során
- **CSR Certificate a kampány végén** – hivatalos, riportálható dokumentum, amely auditált formában igazolja a vállalat társadalmi **szerepvállalását**

Ez a kampány a Semmelweis Egyetem Alapítvánnyal közösen valósul meg, a Penta Media Group szervezésében. A projekt célja: egy gyermek-MR készülék beszerzése valamint egy egyedi, tengeralattjáró tematikájú, gyerekbarát vizsgálóhelyiség kialakítása – a támogató márkák kommunikációjával összekapcsolva.

KERESS MINKET:

Zsigri Gábor
+36 30 303 9098
zsigri.gabor@semmelweis.hu

Daubner Tamás
+36 70 677 9800
tamas.daubner@pentamedia.hu

Pataki Renátó
+36 70 677 3735
renato.pataki@pentamedia.hu

Csatári Tamás
+36 30 667 4067
tamas.csatari@pentamedia.hu