Storytel en RTL lanceren luisterboek rondom GTST

28-11-2018 09:43



Storytel, EndemolShine Nederland en RTL introduceren een branded content samenwerking rond Nederlands langstlopende soapserie 'Goede Tijden, Slechte Tijden'. GTST-personage Janine Elschot schrijft en lanceert in GTST het boek 'Kwaad Bloed'. Fans van de serie kunnen het boek exclusief beluisteren via Storytel.

Kijkers van de serie die het luisterboek hebben geluisterd, weten waar de personages voor moeten vrezen. De thriller 'Kwaad Bloed' gaat over vier oud-vrienden die na vele jaren weer bij elkaar worden gebracht nadat zij een rode envelop op de deurmat vinden. Al snel worden hun rustige levens overhoop gegooid. Het boek van Janine zet Meerdijk op zijn kop wanneer, net als in het luisterboek, enkele GTST-personages ook een rode envelop ontvangen. Als er dan ook nog iemand in het boek wordt vermoord, is natuurlijk de zenuwslopende vraag welke geliefde Meerdijker hetzelfde lot treft.

De eerste drie hoofdstukken van het luisterboek, ingesproken door Janine Elschot, staan vanaf de lancering in de serie op www.gtst.nl/kwaadbloed. De rest van het boek, dat uit acht hoofdstukken bestaat, is exclusief te beluisteren via de Storytel app. Elk hoofdstuk eindigt met een spannende cliffhanger, die uitnodigt om verder te luisteren.

Met deze samenwerking wordt de GTST-kijker op een creatieve en vernieuwende manier betrokken bij het verhaal. Door het boek te luisteren kunnen fans als eerste op de hoogte zijn van de gebeurtenissen die Meerdijk te wachten staan. De integratie van dit luisterboek als additioneel platform geeft op deze manier een extra dimensie aan de beleving van het verhaal.

Storytel wil met deze campagne naast reguliere media-inzet additioneel bereik genereren onder de jongere doelgroepen, om zo op interactieve wijze awareness te creëren voor de digitale abonnementsservice voor luisterboeken en e-boeken.
De campagne met Storytel, die loopt tot 11 januari, is vlak voor de zomer gestart met algemene gebruiksmomenten van de app in de serie en een advertentie in GTST Magazine. Na de zomerstop is Janine, zoals in de uitzendingen te volgen was, gestart met het schrijven van het luisterboek. Naast branded content worden billboards, brand promo’s en social media ingezet.