

Auswertung #besonderehelden

Zusammenfassung:

Die Kommunikationsmaßnahme #besonderehelden ist auf allen bespielten Kanälen außergewöhnlich erfolgreich gelaufen.

- Auf den **eigenen Social-Media-Kanälen des BPA** sind die drei Videos fast **7,7 Mio. Mal** angeschaut worden. Das erste Video war am erfolgreichsten. Reichweite und Interaktionen gingen beim zweiten und dritten Video sukzessive zurück.
- Auf **fremden Social-Media-Kanälen, insbesondere denen der „Florida“-Freunde**, wurden sie fast **4 Mio. Mal** abgespielt.
- Es gab mehr als **39 Mio. Brutto-Kontakte** der **TV-Spots**
- **16,9 Mio. Mal** wurde der 15-sekündige **beworbene Online-Teaser** komplett angeschaut
- Von 2,1 Millionen durch Werbung erreichten Nutzern bei **FB und Instagram** haben **660.100 das Video mindestens 15 Sekunden** angeschaut. Bei FB konnten **2,1 Millionen Menschen erreicht** werden, die im Schnitt zwei Mal die Anzeige gesehen haben.
- Auf **Youtube** wurde das Video 7,6 Millionen Mal ausgespielt – es wurde dort **2,3 Millionen Mal für mindestens 30 Sekunden angeschaut**
- Dazu kommt eine sehr breite **Pressekommentierung**
- Abgerundet wird das sehr gute Ergebnis durch eine Vielzahl von **Spontanübersetzungen**. Insbesondere **@antoni_UK** mit mehr als **4 Mio.** Ansichten des untertitelten Videos hatte eine herausragende Reichweite – sowie **@justintrudeau** mit mehr als einer **halben Million Views**.

Social-Media-Profile von Bundesregierung und Ressorts

Reichweiten-Angaben sind nur für die **eigenen Profile** auf Facebook (Bundesregierung), Twitter (Regsprecher) und Instagram (BK'in) verfügbar. **Detaillierte Zahlen** finden Sie in der beigefügten **Excel-Datei**.

Die Reichweiten einzelner Beiträge können nicht addiert werden, da eine Person auch mehrere Videos schauen kann.

Die wesentlichen Ergebnisse zu den drei Video-Posts:

FACEBOOK:

Bundesregierung:

- **Reichweite:** zwischen 1,3 Mio. (Video III) und **5,3 Mio.** (Video I)
- **Interaktionen** (einschl. Interaktionen *geteilter* Inhalte): zwischen 22.000 (Video III) und **164.000** (Video I).
- **Videoaufrufe:**
 - Mindestens 3 Sek.: zwischen 471.000 (Video III) und **2,4 Mio.** (Video I)
 - Mindestens 1 Minute: zwischen 98.000 (Video II) und **381.000** (Video I)

Diese o. g. Zahlen **beinhalten** bereits die Interaktionen und Videoaufrufe, die bei **geteilten Inhalten** getätigt wurden, also u. a. auch auf den Facebook-Seiten der Ressorts.

Das erste Video war am erfolgreichsten. Reichweite und Interaktionen gingen beim zweiten und dritten Video sukzessive zurück.

Bei allen drei Video-Posts stellen **Likes und Kommentare** zusammen gut zwei Drittel der Interaktionen. Die Shares stellen zwischen 10 % und 20 % der Interaktionen.

Auf Ebene der Reactions **dominiert** bei allen drei Posts das **Like** (60-75 % der Reactions), gefolgt von „haha“ und „wütend“, die jeweils etwa 10 %-20 % der Reactions erhalten.

Zuschaueraufschlüsselung: Die Aufteilung nach „Minutes watched“ (also die Summe der Minuten, die das Video insgesamt abgespielt wurde) zeigt, dass bei Video I zwei Drittel dieser Minuten

von Zuschauern geschaut wurden, die das Video über geteilte Inhalte erreichte. Bei Video II sind das noch 40 %. Bei Video III geht der größte Anteil auf Zuschauer zurück, die über bezahlte Inhalte erreicht wurden (43 %).

Ressorts:

Die folgenden **fünf Ressorts** haben eines oder mehrere der **Helden-Videos** auf ihrer Facebook-Seite **geteilt**: BMFSFJ, BMVI, BMJV, BMAS, BMWi.

Die Anzahl der Videoaufrufe, die von diesen Ressorts kommen, ist nicht einsehbar; die Anzahl der Interaktionen indes schon (insges. 506 Int.). Diese Zahlen sind aber, wie erwähnt, in den o. g. Zahlen bereits enthalten.

TWITTER

StS Seibert:

- **Reichweite:** zwischen 610.000 (Video III) und **2,5 Mio. Impressions** (Video I: höchste bisher gemessene Reichweite eines Tweets von StS)
- **Interaktionen:** zwischen 81.000 (Video III) und **626.000** (Video I)
- **Videoaufrufe:** zwischen 234.000 (Video III) und **1,7 Mio** (Video I)

Ressorts:

Die folgenden **zehn Ressorts** haben eines oder mehrere **Helden-Videos** auf ihrem Twitter-Profil geteilt: BMJV, BMAS, BMBF, BMEL, BMFSFJ, BMVI, BMWi, BMZ, BMI, BMG.

YOUTUBE

Bundesregierung:

- **Views:** zwischen 387.000 (Video II) und **905.000** (Video I).
- **Interaktionen:** zwischen 26.000 (Video II) und **48.000** (Video I).

Das **erste Video** erhält **mehr Likes** (54 %) als Dislikes. Beim zweiten und dritten Video ist es umgekehrt (Likes: 41 % bzw. 43 %).

Die **Ressorts** teilten auf ihren YouTube-Kanälen **keine Helden-Videos**.

INSTAGRAM

Helden-Videos wurden weder auf dem Kanal der Bundeskanzlerin noch bei den Ressorts gepostet.

Digitale Werbung

Ausspielungen auf News, Lifestyle, Wohnen, Kochen, Sport und vielem mehr.

- Mit einem Mediaeinsatz von rund **563.600 Euro** netto wurde der 15-sekündige Teaser 31,5 Millionen mal ausgespielt.
- Es wurde 277.415 mal auf das Werbemittel geklickt, um mehr zu erfahren
- 16,9 Millionen Mal wurde das Werbemittel komplett durchgesehen.

Ausspielungen auf Facebook und Instagram

- Mit einem Mediaeinsatz von 60.000 Euro wurde ein Link-Ad 5,5. Millionen Mal den Nutzern angezeigt. Damit konnten 2,1 Millionen Menschen erreicht werden, die im Schnitt zwei Mal die Anzeige gesehen haben.
- Von diesen 2,1 Millionen Nutzern haben 660.100 das Video mindestens 15 Sekunden angeschaut. Verlinkt wurde auf die lange Fassung auf [bundesregierung.de](https://www.bundesregierung.de).
- Immerhin haben 176.252 Menschen das Video zu 100 Prozent angeschaut.

Ausspielungen auf YouTube

Auf YouTube wurde das Video in der 40-sekündigen Fassung als überspringbare Instream-Anzeige ausgespielt.

- Mit einem Budgeteinsatz von 60.000 Euro wurde das Video 7,6 Millionen mal ausgespielt.
- Das Video wurde 2,3 Millionen Mal für mindestens 30 Sekunden angeschaut.
- Insgesamt wurde der im Video hinterlegte Link zu [bundesregierung.de](https://www.bundesregierung.de) 12.801 Mal geklickt.

TV

Insgesamt gab es im TV 39.032.530 Brutto-Kontakte mit den Videos „Besondere Helden“. Das heißt: Manche Menschen haben mehrere Videos gesehen, manche auch ein Videos mehrfach, andere nur einmal ein Video.

Soziale Netzwerke außerhalb des BPA

Top 15 Beiträge / Soziale Netzwerke

	Video-Aufrufe	Interaktionen
<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona #besonderehelden“ [Part I]	1.1 Mio	60 Tsd
<u>Toni Kroos</u> (Instagram): „Zusammen gegen Corona“	231 Tsd	57 Tsd
<u>ZDF Magazin Royale</u> (YouTube): „#besonderehelden Gemeinsam NICHTS tun.“ [Parodie]	467 Tsd	46 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „Besondere Helden‘ – peinliches DURCHHALTEKINO!“ [Part I]	178 Tsd	25 Tsd
<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona“ [Part II]	352 Tsd	24 Tsd
<u>Joko und Klaas</u> (Instagram): „Werde auch du zum Helden und bleib zuhause. Zusammen gegen Corona.“ [Part I]	303 Tsd	22 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „KRÖNUNG des Propaganda-Epos ‚Besondere Helden‘!“ [Part III]	126 Tsd	22 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „DURCHHALTE-SAGA ‚Besondere Helden‘ geht weiter!“ [Part II]	145 Tsd	22 Tsd
<u>Kai Pflaume</u> (Instagram): „Lasst uns zusammen Helden sein. Wie werden wir in ein paar Jahren auf dieses krass komische Jahr 2020 zurückblicken. Ein super cooler Spot von @florida_reklame im Auftrag der @bundeskanzlerin“	107 Tsd	19 Tsd
<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona“ [Part III]	167 Tsd	15 Tsd
<u>Joko und Klaas</u> (Instagram): „Werde auch du zum Helden und bleib zuhause. Zusammen gegen Corona.“ [Part II]	137 Tsd	13 Tsd
<u>Sascha Lobo</u> (Twitter): „Deutsches Twitter selten knalldackeliger (und deutscher), als wenn diese brillanten Corona-Spots auf Krampf scheiße gefunden werden. Manche Leute erreicht man so und nur so, also lasst eure innere Abiturientenkonferenz EINMAL für 10 Minuten NICHT raushängen. #besondereHelden“	347 Tsd	12 Tsd
<u>Walulis Daily</u> (YouTube): „Die Bundesregierung hat die YouTube Trends gestürmt! Mit einer Kampagne, die junge Menschen zum Daheimbleiben animieren soll. Darin erzählen Menschen aus der Zukunft, wie sie das Jahr 2020 erlebt haben. Wir zeigen euch, was es mit der Kampagne ‚Besondere Helden‘ auf sich hat und warum die Bundesregierung dafür ordentlich auf die Schnauze bekommt.“	185 Tsd	11 Tsd
<u>Joko und Klaas</u> (Instagram): „Werde auch du zum Helden und bleib zuhause. Zusammen gegen Corona. Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part III]	103 Tsd	11 Tsd

<u>Joko Winterscheidt</u> (Instagram): „wir brauchen euch alle! ich bin auch dabei und mit mir auch schon viele andere. aber wir brauchen wirklich alle! nie war mitmachen so einfach. alles was wir tun müssen ist, nichts zu tun, wann immer es geht einfach zu hause bleiben, unnötige kontakte vermeiden und zum superheld werden. die avengers sind nichts gegen uns #besonderehelden“ [Part II]	107 Tsd	10 Tsd
---	---------	--------

Top 15 Beiträge / Websites

<u>Spiegel</u> : „Die Bundesregierung feiert in einem Video junge Leute fürs Nichtstun – in Corona-Zeiten seien sie besondere Helden. Das stößt auf Kritik. Aber gerade dadurch schafft der Clip, was er soll.“		2 Tsd
<u>ze.tt</u> : „#BesondereHelden: So reagieren junge Menschen auf das Corona-Video der Bundesregierung“		2 Tsd
<u>uebermedien.de</u> : „Corona-Kriegs-Opa aus der Zukunft löst Nazi-Alarm im Springer-Haus aus“		1 Tsd
<u>bild.de</u> : „Wie Herr Lehmann die Schlacht gegen Corona gewonnen hat“		1 Tsd
<u>swr3.de</u> : „Corona-Clips #besonderehelden gehen viral: ‚Ich blieb der gleiche faule Sack, der ich vorher war‘“		1 Tsd
<u>Stern</u> : „In den sozialen Medien wird ein Video der Bundesregierung unter dem Hashtag #besondereHelden derzeit ordentlich diskutiert. In dem Clip berichtet ein fiktiver Mann in der Zukunft, wie er die zweite Welle ‚damals im Corona-Winter 2020‘ erlebt hat. Auf Twitter sorgt das Projekt für gespaltene Reaktionen.“		1 Tsd
<u>welt.de</u> : „Liebe Angela, lieber Heiko, bleibt bitte auch zu Hause und macht nichts!“		1 Tsd
<u>reitschuster.de</u> : „Sie wurden millionenfach angesehen, und sorgten für massive Diskussionen: Die Corona-Werbe-Videos der Bundesregierung. Unter dem Motto ‚Besondere Helden‘ werden dort in einer vermeintlichen Geschichts-Rückschau Menschen gezeigt, deren Heldentum 2020 darin bestanden habe, dass sie einfach nur faul zu Hause auf dem Sofa lagen. Felix Honekamp hat dazu eine Antwort parat. Eine sehr harte und zugespitzte. Die ich Ihnen nicht vorenthalten will.“		1 Tsd
<u>web.de</u> : „‚#Besonderehelden‘: Aufsehen um virale Corona-Videos der Regierung“		1 Tsd
<u>Stern</u> : „‚Unsere Couch war die Front, unsere Geduld war unsere Waffe‘ – Video der Bundesregierung sorgt für Aufruhr auf Twitter“		1 Tsd
<u>FAZ.NET</u> : „Bundesregierung veröffentlicht Corona-Spots, die polarisieren“		1 Tsd
<u>Sputnik Deutschland</u> : „Die Botschaft von Kanzlerin Angela Merkel in der Corona-Krise ist längst klar: Bleiben Sie möglichst zu Hause und reduzieren Sie Ihre Kontakte. Um dieser noch mehr		1 Tsd

Ausdruck zu verleihen, hat die Bundesregierung eine Video-Kampagne in die Wege geleitet. Die Reaktionen fallen gemischt von Lob über Kritik bis Spott und Häme aus.“		
<u>Focus Online</u> : „Zwei Informationsvideos der Bundesregierung sorgen in den sozialen Medien derzeit für Aufsehen. In den Videos werden Nichtstuer auf der Couch zu Corona-Helden gekürt. Regierungssprecher Steffen Seibert teilte das Video am Samstag mit dem Hashtag #besonderehelden auf Twitter.“		1 Tsd
<u>cicero.de</u> : „In Corona-Zeiten braucht es nicht viel, um ein Held zu werden. Einfach zu Hause bleiben, TV gucken, fertig! So stellt die Bundesregierung den Überlebenskampf in Corona-Zeiten dar. Für ihre Video-Serie „Besondere Helden“ erntet sie im Internet viel Kritik. Dabei sind die Clips feinste Satire.“		450
<u>bild.de</u> : „Historiker empört über Kriegs-Vergleich: Kritik an Corona-Kampagne der Regierung“		230

Top 15 Politische Blogs & Kanäle

<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „Besondere Helden‘ – peinliches DURCHHALTEKINO!“ [Part I]	178 Tsd	25 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „KRÖNUNG des Propaganda-Epos ‚Besondere Helden‘!“ [Part III]	126 Tsd	22 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „DURCHHALTE-SAGA ‚Besondere Helden‘ geht weiter!“ [Part II]	145 Tsd	22 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „Der überaus beliebte, charmante und attraktive Top-Komiker Jan Böhmermann hat sich wieder selbst übertroffen! Angelehnt an die ‚Besondere Helden‘-Saga der Bundesregierung hat er ein eigenes Meisterwerk erschaffen, das sich mit den wichtigsten Themen ‚Flüchtlinge‘ und ‚Kampf gegen Rechts‘ auseinandersetzt.“	141 Tsd	22 Tsd
<u>Tim K.</u> (Facebook): „‚Besondere Helden‘! Sieht so der/die/das ‚tapfere‘ und "gründliche" deutsche Bürger*in für unsere Bundesregierung aus? Und das klappt sogar bei ganz Vielen!“		10 Tsd
<u>Epoch Times Deutsch</u> (YouTube): „‚Sei faul, rette Leben‘: Bundesregierung veröffentlicht Videos unter dem Hashtag #besonderehelden“	12 Tsd	3 Tsd
<u>RT Deutsch</u> (YouTube): „Bundesregierung will, dass sich junge Menschen zu Hause einschließen und nichts tun“	30 Tsd	2 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (Instagram): „‚Besondere Helden‘ - PEINLICHES PROPAGANDAKINO! Das #besonderehelden-Video der Bundesregierung wird heiß diskutiert. In der Tat, denn es ist ein mehr als peinliches Machwerk, das Nichtstun und Rückgratlosigkeit honoriert und würdigt. Die Republik spielt verrückt! Lehnt Euch zurück...“	9 Tsd	2 Tsd
<u>Sputnik Deutschland</u> : „Die Botschaft von Kanzlerin Angela Merkel in der Corona-Krise ist längst klar: Bleiben Sie möglichst zu Hause und reduzieren Sie Ihre Kontakte. Um dieser noch mehr		1 Tsd

Ausdruck zu verleihen, hat die Bundesregierung eine Video-Kampagne in die Wege geleitet. Die Reaktionen fallen gemischt von Lob über Kritik bis Spott und Häme aus.“

[jungfreiheit.de](#): „Bundesregierung erntet zwiespältige Reaktionen für Corona-Kampagne“ 400

[kenfm.de](#): „Besondere Helden?“ 250

[Der Infoblog](#) (Facebook): „Mit einem Werbe-Streifen verhöhnt die Bundesregierung mit Steuergeldern faktisch die Opfer der Corona-Maßnahmen – indem sie die Krise mehr oder weniger als Spaß darstellt und diejenigen, die sich aufs Sofa zurücklehnen, als ‚besondere Helden‘. Unsere Regierenden wirken regelrecht losgelöst von der Realität der Bürger.“ 225

[Der Infoblog](#) (Facebook): „Mit Werbespots will die Bundesregierung die jungen Menschen gewinnen. Sie sollen heroische Bezwingler der Corona-Krise werden, indem sie einfach nichts tun – nicht ausgehen, nichts unternehmen, niemanden treffen. Der Müßiggang wird dabei so dargestellt, als ob die Jugendlichen nun ganz simpel zu Helden werden können, indem sie einfach mal der Faulheit frönen, wie sie es doch eigentlich immer gern tun.“ 154

[politikstube.com](#): „Und wenn man denkt es geht nicht mehr, kommt abermals die Bundesregierung daher. Fremdschämen war gestern. Heute heißt es „Besondere Helden“. Glaub mir, mehr geht nicht! Die Republik spielt verrückt! Lehnt Euch zurück... Tim K.“ 11

[politikstube.com](#): „DURCHHALTE-SAGA ‚Besondere Helden‘ geht weiter!“ 9

Top 10 Beiträge – Facebook

[Tim K.](#) (Facebook): „‚Besondere Helden‘! Sieht so der/die/das ‚tapfere‘ und "gründliche" deutsche Bürger*in für unsere Bundesregierung aus? Und das klappt sogar bei ganz Vielen!“ 10 Tsd

[Joko und Klaas](#) (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part I] 9 Tsd

[Late Night Berlin](#) (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part I] 7 Tsd

[Late Night Berlin](#) (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part III] 4 Tsd

[Late Night Berlin](#) (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part II] 4 Tsd

[Joko und Klaas](#) (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part II] 3 Tsd

[Der Spiegel](#) (Facebook): „Corona-Spot der Bundesregierung: Der alte weiße Dude hat sein Ziel erreicht“ 2 Tsd

<u>Joko und Klaas</u> (Facebook): „Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part III]		2 Tsd
<u>SWR3</u> (Facebook): „Die Bundesregierung hat eine Werbekampagne zum Zu-Hause-bleiben gestartet. Das sind die Reaktionen.“		1 Tsd
<u>AfD-Fraktion Sachsen-Anhalt</u> (Facebook): „Die Bundesregierung möchte auf harte Zeiten einstimmen. Dafür zieht sie alle Register: Durch Wort und Bild soll die Bevölkerung für die Corona-Zwangmaßnahmen weichgeklopft werden. Neuestes Projekt der Bundesregierung, mit dem die Menschen manipuliert werden, sind Werbeclips zu den Corona-Zwangmaßnahmen. Für die staatsgelenkte Meinungsmache dient ein Format der Geschichtsdokumentation.“		1 Tsd

Top 10 - Instagram

<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona #besonderehelden“ [Part I]	1.1 Mio	60 Tsd
<u>Toni Kroos</u> (Instagram): „Zusammen gegen Corona“	231 Tsd	56 Tsd
<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona“ [Part II]	352 Tsd	24 Tsd
<u>Joko und Klaas</u> (Instagram): „Werde auch du zum Helden und bleib zuhause. Zusammen gegen Corona.“ [Part I]	303 Tsd	22 Tsd
<u>Kai Pflaume</u> (Instagram): „Lasst uns zusammen Helden sein. Wie werden wir in ein paar Jahren auf dieses krass komische Jahr 2020 zurückblicken. Ein super cooler Spot von @florida_reklame im Auftrag der @bundeskanzlerin“	107 Tsd	19 Tsd
<u>Klaas Heufer-Umlauf</u> (Instagram): „zusammen gegen corona“ [Part III]	167 Tsd	15 Tsd
<u>Joko und Klaas</u> (Instagram): „Werde auch du zum Helden und bleib zuhause. Zusammen gegen Corona. Besondere Zeiten erfordern #besondereHelden. #StayHome“ [Part III]	103 Tsd	11 Tsd
<u>Joko Winterscheidt</u> (Instagram): „wir brauchen euch alle! ich bin auch dabei und mit mir auch schon viele andere. aber wir brauchen wirklich alle! nie war mitmachen so einfach. alles was wir tun müssen ist, nichts zu tun, wann immer es geht einfach zu hause bleiben, unnötige kontakte vermeiden und zum superheld werden. die avengers sind nichts gegen uns #besonderehelden“ [Part II]	107 Tsd	10 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (Instagram): „„Besondere Helden‘ - PEINLICHES PROPAGANDAKINO! Das #besonderehelden-Video der Bundesregierung wird heiß diskutiert. In der Tat, denn es ist ein mehr als peinliches Machwerk, das Nichtstun und Rückgratlosigkeit honoriert und würdigt. Die Republik spielt verrückt! Lehnt Euch zurück...“	9 Tsd	2 Tsd

aktuellestunde (Instagram): „Zwei Videos der Bundesregierung sorgen in den sozialen Medien für Diskussionen: Unter dem Hashtag #besonderehelden sind zwei Clips zu finden, die für das Einhalten der Corona-Regeln, für Zuhause-Bleiben und Geduld-Behalten im Kampf gegen das Coronavirus wirbt.“ 1 Tsd

Top 10 – Twitter

Sascha Lobo (Twitter): „Deutsches Twitter selten knalldackeliger (und deutscher), als wenn diese brillanten Corona-Spots auf Krampf scheiße gefunden werden. Manche Leute erreicht man so und nur so, also lasst eure innere Abiturientenkonferenz EINMAL für 10 Minuten NICHT raushängen. #besondereHelden“ 347 Tsd 12 Tsd

Klaas Heufer-Umlauf (Twitter): „ein heißer tipp aus der zukunft. #besondereHelden“ [Part I] 275 Tsd 5 Tsd

Klaas Heufer-Umlauf (Twitter): „finally there is glory in prevention! 50 Tsd 2 Tsd

#unnötigekontaktevermeiden #FlattenTheCurve #besondereHelden“ [Part II]

Klaas Heufer-Umlauf (Twitter): „wer auf momentan unnötige kontakte verzichtet, schützt die, 58 Tsd 2 Tsd

denen es gerade nicht möglich ist. #besondereHelden“ [Part III]

Micky Beisenherz (Twitter): „Große Liebe für @damitdasklaas und das Team von 43 Tsd 1 Tsd

#FloridaReklame Auf die Art macht Verantwortung wenigstens Spaß. @bkagvat

#besonderehelden“

Heiko Maas (Twitter): „Verdammt guter Tipp aus der Zukunft. #besondereHelden“ 275 Tsd 1 Tsd

Anabel Schunke (Twitter): „Ist das deren scheiß Ernst? Dieses Land hat fertig. 1 Tsd

#BesondereHelden“

Micky Beisenherz (Twitter): „Ernüchternde Erkenntnis: Am Ende wird es die #PlayStation5 sein, 1 Tsd

die die Nation vor dem zweiten totalen Lockdown rettet. #Neuinfektionen #PS5

#besonderehelden“

Tino Chrupalla (Twitter): „#Merkel und @ Seibert haben völlig den Bezug zur Realität verloren. 1 Tsd

Das von der #BuReg zu Corona verbreitete Video ist der blanke Hohn für alle Opfer der

Lockdown-Krise. Zum Glück wissen viele Bürger das richtig einzuschätzen.“

Ruprecht Polenz (Twitter): „Und ich hatte mich schon gewundert, woher die ganzen 240

humorbefreiten, spießigen und sauertöpfischen Reaktionen auf #besonderehelden auf einmal

hergekommen sind.“

Top 10 – YouTube

<u>ZDF Magazin Royale</u> (YouTube): „#besonderehelden Gemeinsam NICHTS tun.“ [Parodie / Part I]	467 Tsd	26 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „„Besondere Helden‘ – peinliches DURCHHALTEKINO!“ [Part I]	178 Tsd	25 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „KRÖNUNG des Propaganda-Epos ‚Besondere Helden‘!“ [Part III]	126 Tsd	22 Tsd
<u>Tim Kellner</u> (YouTube): „DURCHHALTE-SAGA ‚Besondere Helden‘ geht weiter!“ [Part II]	145 Tsd	22 Tsd
<u>ZDF Magazin Royale</u> (YouTube): „#besonderehelden Gemeinsam NICHTS tun.“ [Parodie / Part II]	157 Tsd	11 Tsd
<u>Walulis Daily</u> (YouTube): „Die Bundesregierung hat die YouTube Trends gestürmt! Mit einer Kampagne, die junge Menschen zum Daheimbleiben animieren soll. Darin erzählen Menschen aus der Zukunft, wie sie das Jahr 2020 erlebt haben. Wir zeigen euch, was es mit der Kampagne ‚Besondere Helden‘ auf sich hat und warum die Bundesregierung dafür ordentlich auf die Schnauze bekommt.“	185 Tsd	11 Tsd
<u>VOL.AT – Vorarlberg Online</u> (YouTube): „#besonderehelden - Covid-19 Kampagne der deutschen Bundesregierung sorgt für Aufsehen / Video 1“ [Part I]	130 Tsd	10 Tsd
<u>VOL.AT -Vorarlberg Online</u> (YouTube): „#besonderehelden - Covid-19 Kampagne der deutschen Bundesregierung sorgt für Aufsehen / Video 2“][Part II]	104 Tsd	8 Tsd
<u>Epoch Times Deutsch</u> (YouTube): „„Sei faul, rette Leben‘: Bundesregierung veröffentlicht Videos unter dem Hashtag #besonderehelden“	12 Tsd	3 Tsd
<u>RT Deutsch</u> (YouTube): „Bundesregierung will, dass sich junge Menschen zu Hause einschließen und nichts tun“	30 Tsd	3 Tsd

Presseauswertung