

75 Jahre THOMY Mayonnaise: 20 Minuten lanciert interaktives Krimi-Game für die Community

Zum 75. Jubiläum der THOMY-Mayonnaise entwickelte das Commercial-Publishing-Team von 20 Minuten ein interaktives Krimi-Format, das Leser- und Kundschaft über mehrere Wochen auf den digitalen Kanälen von 20 Minuten und THOMY begleitet. Startschuss war am 2. März 2026, das grosse Finale findet am 28. März statt.

Zürich, 4. März 2026 – Ein fiktiver Kriminalfall fesselt die Schweiz: Zum 75-jährigen Bestehen lanciert 20 Minuten gemeinsam mit THOMY eine crossmediale Untrue-Crime-Serie. Das Commercial-Publishing-Format verbindet journalistisches Storytelling mit Gamification und mündet in ein actionreiches Real-Life-Finale.

Über mehrere Wochen hinweg entfaltet sich die fiktive Kriminalgeschichte mit Augenzwinkern auf den digitalen Kanälen von 20 Minuten. Ausgangspunkt ist das mysteriöse Verschwinden der ikonischen THOMY-Rezeptur während einer Jubiläumsführung in der Basler Fabrik. Eine anonyme Botschaft erscheint auf den Screens – und die Community wird Teil der Ermittlungen. Für entscheidende Hinweise winken Preisgelder von bis zu 10'000 Franken.

Durch alle Kapitel führen die bekannten 20-Minuten-Creators Jan Löning für die Deutschschweiz und Mélanie Roulin für die Romandie. Als Reporter-Duo binden sie die Community aktiv ein: Die Teilnehmenden analysieren Hinweise, verfolgen Verdächtige, reichen eigene Alibis ein und qualifizieren sich mit kriminalistischem Gespür für das grosse Finale.

Der Fall gipfelt in einem Event, das die Geschichte aus dem digitalen Raum in die reale Welt überführt. Die Kampagne beweist, welches Potenzial in Branded-Content-Formaten mit kreativem Storytelling steckt und zeigt, wie Marken Jubiläen heute erzählen können: nicht

rückblickend, sondern erlebnisorientiert, spielerisch und mit klarer Relevanz für die Community.

Konzipiert, entwickelt und produziert wurde das gesamte Format vollständig inhouse von Commercial Publishing, der Content-Unit von 20 Minuten. Text, Foto, Video, Design sowie Social-Formate wurden integrativ kreiert und umgesetzt. Ergänzend zum Storytelling flankieren passgenaue digitale Werbemittel die Kampagne.

Charlotte Ford, THOMY Communication Manager: «Als die THOMY Mayonnaise vor 75 Jahren lanciert wurde, war sie eine unglaubliche Innovation und wurde über die Jahre zur Lieblingsmayonnaise der Schweizerinnen und Schweizer. Wir sind stolz, dieses Jubiläum auf eine innovative Art feiern zu können! Mit dem tollen 20-Minuten-Team konnten wir eine einzigartige Story kreieren, die nicht nur humorvoll und sehr interaktiv ist, sondern auch alle Qualitäten unserer Ikone – beliebtester Geschmack, natürliche Zutaten, Produktion in Basel – hervorhebt.»

thomy.20min.ch/

Kontakt

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten,
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

Über die 20 Minuten Gruppe

20 Minuten wurde Ende 1999 als Pendlerzeitung für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert und hat sich rasch zur reichweitenstärksten digitalen Medienmarke in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. 20 Minuten macht Journalismus, der Menschen zusammenbringt, und bietet – kompakt auf einer Plattform – den perfekten Content-Mix mit allem, was die Menschen in der Schweiz bewegt, betrifft und bereichert. 20 Minuten bietet News aus der Schweiz und der Welt, Sport, Unterhaltung und Inspiration sowie einen rege genutzten Community-Bereich. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll und ausgewogen, damit sich die Leserinnen und Leser ihre eigene Meinung bilden können.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 Minutes und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligungen Tio/20 Minuti im Tessin und L'essentiel in Luxemburg. www.20minuten.ch