

Medieninformation

Splay und MediaCom Wien unterstützen Europa-Launch des neuen Fernbusses Hellö mit Influencer-Kampagne

Kanalübergreifende Social Media-Strategie, um in 6 Ländern auf das neue Fernbus-Angebot der ÖBB aufmerksam zu machen

München, 20. Juli 2016 _ ÖBB, Österreichs größter Mobilitätsdienstleister, startet den neuen Fernbus Hellö für alle Traveler, die gerne komfortabel und unkompliziert reisen. Seit dem 14. Juli touren die Hellö-Busse durch Europa und bieten jede Menge Komfort, gratis WLAN und Wunschsitzplatz.

Um dieses bequeme Reiseerlebnis weiterzutragen, kreierte MediaCom Wien gemeinsam mit Splay eine vierphasige Social Media-Kampagne, die über verschiedene Kanäle wie Instagram, Youtube und Snapchat gespielt wird. Im Zeitraum von Juli bis Oktober machen mehr als 20 Influencer in sechs Ländern auf die neuen Fernbusse aufmerksam.

Die Kampagne startete Anfang Juli mit einer Teaser-Phase auf Instagram. Influencer teilen ihre Vorfreude, indem sie ein Foto oder Video posten, welches zeigt, wie sie ihren Koffer packen oder die Hellö-Website erkunden. Bisher erzielte Phase eins knapp eine Million Bruttoreichweite und das Engagement einzelner Post lag bei über 8 Prozent.

Auf Phase eins folgt ein sogenanntes „Unboxing“ auf Youtube: Hier fährt eine travel-affine Youtuberin mit dem Bus und erkundet so alle Vorteile, die Hellö bietet. Im Herbst schicken MediaCom Wien, Splay und ÖBB dann zwei Youtuber auf Reisen und ihre Abonnenten können sie live auf Youtube und Snapchat begleiten. Abgerundet wird der Europa-Launch mit einem Gewinnspiel auf Instagram. Unter dem Motto „Sag auf deine Art Hellö“ wird auf witzige Art die Bekanntheit von Hellö zusätzlich gesteigert.

Umgesetzt wurde die Kampagne mit der selbst entwickelten Influencer-Marketing-Plattform GOsnap von Splay, die Unternehmen mit denen zu ihrer Marke am besten passenden Social Media-Stars zusammenbringt. „Mit der Kampagne zum Hellö-Launch können wir nicht nur unsere internationale Expertise unter Beweis stellen, sondern auch zeigen wie wir holistische Konzepte mit unterschiedlicher KPI-Anforderung kreieren“, sagt Hanna Heller, VP Sales Europe bei Splay.

Über Hellö

Unter der Marke „Hellö“ haben die ÖBB im Juli 2016 ein neues Fernbus-Angebot mit 11 internationalen Verbindungen aus und durch Österreich gestartet. Einsteiger- Aktionstickets für Fahrten von 14. Juli bis 30. September 2016 sind zum Fixpreis von nur 15 Euro* unter helloe.com oder über die Hellö-App für iOS und Android erhältlich. Das Angebot hebt sich vor allem

durch den Komfort der neuen Mercedes-Flotte ab: Bequeme Sitze mit ausziehbaren Kopfstützen und Tischen, Steckdosen und USB-Anschlüssen in jeder Sitzreihe, leistungsstarkes WLAN auch im Ausland, Getränke- und Snackautomat und Monitore mit Informationen zum Fahrtverlauf sorgen für eine angenehme Reise.

Weitere Informationen unter www.hello.com

Über die Splay GmbH

Splay ist das führende Premium-Netzwerk (MCM) in Skandinavien und Teil der Modern Times Group (MTG). Seit eineinhalb Jahren können Unternehmen mit Splay auch in der deutschsprachigen Region und europaweit erfolgreich Influencer-Kampagnen in verschiedenen Social Media-Kanälen planen und umsetzen. Hierfür setzt Splay auf die selbst-entwickelte Influencer-Marketing-Plattform GOsnap, die Unternehmen bequem und schnell mit den für sie relevanten Influencern zusammenbringt. Mehr als 1.800 Social Media-Stars sind aktuell über GOsnap verfügbar. Für maximale Reichweite und maßgeschneiderte Kampagnen wählt Splay je nach Kampagnen und Kampagnenziel sorgsam passende Influencer aus. Neben der DACH-Region ist Splay auch in zehn weiteren Märkten wie Italien, Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, den USA und Kanada aktiv. Zu den vier großen Hauptgeschäftsbereichen gehören die Vermarktung über YouTube, eigene Produktionen, Innovationen sowie die Konzeptkreation.

Weitere Informationen unter www.splay.tv und www.gosnap.de