



OneTwoSocial verlängert Launch des veganen KFC Burgers in soziale Netzwerke

OneTwoSocial erhöht Aufmerksamkeit für den KFV Burger (Kentucky Fried Vegan Burger) via Influencer Marketing

München, 24. Januar 2020. Kentucky Fried Chicken ist legendär lecker – und das jetzt auch in einer veganen Version. Mit dem KFV Burger (Kentucky Fried Vegan Burger) hat der Fast-Food-Spezialist den ersten veganen Burger in Deutschland in ein Restaurant gebracht. Noch mindestens bis zum 10. Februar können Gäste den Burger exklusiv in der Berliner Filiale am Alexanderplatz testen. Der Launch wurde nicht nur im Rahmen der Green Week in Berlin groß gefeiert und medial begleitet, sondern mithilfe der Kommunikationsspezialisten von OneTwoSocial auch über Social Media verlängert.

In Zusammenarbeit mit Influencern, die das Event vor Ort begleiteten und den Burger natürlich auch testen durften, hat die Münchner Agentur für KFC eine Reihe von Posts auf Instagram abgesetzt und die Verantwortung über das Performance Marketing der Kampagne übernommen.

Mit dabei waren unter anderem Philipp Stehler, Fitness- und Food-Influencer, Model und Mode-Influencerin Bruna Rodrigues sowie Food-Blogger und YouTube-Star Marco Schmidbauer, die den KFV Burger gemeinsam testeten und ihre Community via Instagram daran teilhaben ließen. Die Resonanz unter den Stories und Posts zum KFV Burger: absolut positiv und super neugierig.

Die Verlängerung der Kampagne in das von OneTwoSocial betreute Community Management sorgte für ordentlich Buzz bei der KFC-Zielgruppe. Auf den KFC eigenen Plattformen hatte die Instagram-Story bereits nach kurzer Zeit über 7.000 Views – die View-Rate lag somit bei überdurchschnittlichen 10 Prozent.

„Die Auswahl, Planung und Koordination von Influencern bedarf größter Sorgfalt, da hier nicht kurzfristig, sondern langfristig und vor allem im Rahmen der ganzheitlichen Marketing-Maßnahmen gedacht werden sollte“, weiß Nhavi Nguyen, Head of Content Production bei OneTwoSocial. „Mit Philipp, Bruna und Marco haben wir einen guten Mix in der Ansprache der KFC-Zielgruppe erzielt. Neben der Awareness-Steigerung für den neuen veganen KFV Burger, konnten wir zudem das Social Media Engagement für KFC erhöhen.“

Bildmaterial vom Launch-Event des KFV Burgers steht [hier](#) zum Download bereit.



Über OneTwoSocial

Als Agentur für digitale Markenkommunikation legt OneTwoSocial die Schwerpunkte auf die Bereiche Social Media sowie Video- und Bild-Content im Social-Media-Kontext. Damit Brands bei ihrer Zielgruppe „top of mind“ werden, bietet das knapp 50-köpfige Team von OneTwoSocial alles: von der Strategie-Erstellung über die Content-Produktion für Highclass-Fotos und -Videos, Social Media Advertising, Influencer Marketing bis hin zur 360-Grad-Betreuung aller Social-Media-Kanäle.

OneTwoSocial wurde 2011 von Helge Ruff und Markus Dickhardt in München gegründet und schafft für Marken wie Gardena, KFC Deutschland, Kaufland oder Staedtler Kampagnen, die für „entertaining dialogue“ sorgen. Zudem wurde die Agentur mit zahlreichen Awards ausgezeichnet, u.a. dem „Annual Multimedia Award 2019“, dem „Eyes & Ears Award“ sowie dem „Great Place to Work Award“ in drei Kategorien.

Weitere Informationen unter: www.onetwosocial.de