

BRONZE

KATEGORIE: Brand Experience

BEWORBENES PRODUKT:
 ÖBB Nightjet



CREDITS

Auftraggeber:
 ÖBB Werbung GmbH
Ansprechpartner:
 Daniela Prem
Agentur:
 Heimat Wien
Kontakt:
 Markus Wieser (Foto)
Mediaagentur:
 MediaCom
Kontakt:
 Linda Mayrhofer

FACTS

Kommunikationsbudget:
 27.500 Euro
Schaltzeitraum:
 14.6.-4.7.2017
Zielgruppe:
 junge Menschen mit großen Träumen,
 aber kleinem Budget
Mediamix:
 Online
Wirkungsnachweise:
 Absatzsteigerung: +10 %
 Conversion Rate: 11,3 %
 Views: +87 %
 Interaktionen: +123 %



TV-Spot



Online

Träum weiter - mit ÖBB!

Dank kostengünstigem Influencer Marketing etablierte sich der Nightjet der ÖBB auf dem Markt.

Im Schlaf günstig und komfortabel an Ziele in ganz Europa kommen, das ist die klare Botschaft der neuen Marke „ÖBB Nightjet“. Als österreichische Alternative zu Flugreisen und Individualverkehr sollten die modernisierten Nachtreise-Garnituren der ÖBB neu positioniert werden. Das Ziel: die Sparschiene als dauerhaft günstiges Produkt zu etablieren.

„LaLeLu“ im Nightjet

Um dies zu erreichen, schickt die ÖBB die beiden Protagonisten Ciro und Christoph ins Traumland. Das Motto: „Sparen Sie gut und schlafen Sie schön!“ Mit Hilfe von Gutenachtgeschichten und dem Lied „LaLeLu“ wird gezeigt, wie bequem die Liegeabteile des ÖBB Nightjets sind. Zusätzlich startete die ÖBB mit ausgewählten Micro-Influencern eine kostengünstige Kampagne namens „Träum weiter“, um

auch junge Menschen zu erreichen. Der Erfolg spricht dabei für sich: Der Medienmix aus TV und Print als Trägermedien sowie Hörfunk, Social Media, Online/Mobile und OHH zum Vertiefen der Botschaft brachte ausgezeichnete Recognition und Marken-Impact mit sich. Sage und schreibe 445.372 Interaktionen und 374.429 Video-Views wurden erreicht.

Ziele übertroffen

Die Kampagne wirkte nachhaltig, denn der Verkauf von Nightjet-Tickets konnte um zehn Prozent im Betrachtungsjahr 2017 gesteigert werden. Das übertraf das ursprüngliche Verkaufsziel um 68 Prozent. Auch im Bereich Interaktion und Views erreichte man ein Plus von sensationellen 123 Prozent beziehungsweise 87 Prozent. Dieser Erfolg hat sich einen EFFIE in Bronze redlich verdient.