

ÖFFI-AUSBAU**Gratis WLAN
in Badner Bahn**

WIEN. Die Wiener Lokalbahnen erweitern nach der erfolgreichen Testphase ihr digitales Vernetzungsangebot für Fahrgäste: Ab Jänner 2018 sind insgesamt 16 Triebwagen und sechs Haltestellen der Badner Bahn mit Gratis-WLAN ausgestattet. „Es ist uns wichtig, unser Serviceangebot im öffentlichen Verkehr – insbesondere auch für Pendlerinnen und Pendler – laufend zu verbessern. Mit dem Angebot, WLAN in der Badner Bahn gratis zu nutzen, gehen wir den richtigen Weg. Je attraktiver das öffentliche Verkehrsangebot ist, desto mehr Menschen nutzen es, und desto umweltfreundlicher wird die Stadt“, ist Öffi-Stadträtin Ulli Sima überzeugt.

Wer profitiert?

Auch sechs hochfrequentierte Haltestellen profitieren von der Service-Offensive der Badner Bahn. Folgende Badner Bahn-Haltestellen sind seit dem 6. November mit Gratis-WLAN ausgestattet: Wien Oper, Schedifkaplatz, Vösendorf SCS, Wiener Neudorf, Guntramsdorf Lokalbahn, Baden Josefsplatz.

**WLAN in der Badner Bahn**

16 Triebwagen und sechs Haltestellen werden ausgestattet.



Leopold Gröbl, Michaela Frei, Christoph Truppe und Sabrina Pohlplatz (alle Mindshare).

Big Data zur Wahl

Der Nationalratswahlkampf hat neue Benchmarks für die Markenkommunikation geschaffen.

•• Von Michael Fiala

WIEN. Der abgeschlossene Wahlkampf im Oktober hat auch die Sozialen Netzwerke beschäftigt wie nie zuvor. Gerade die letzte aufregende Arbeit im Mindshare Loop zur Nationalratswahl 2017 hat in der Analyse gezeigt, dass ein hoher Social Buzz auch ein Zeichen für eine hohe Wahlbeteiligung sein kann. Lag die Wahlbeteiligung der Nationalratswahl 2013 und bei der Bundespräsidentenwahl 2016 noch bei ca. 74%, ist dieses Mal bereits Wochen vorher das Interesse in Social Media erkennbar angestiegen.

Jeder Kandidat hatte seine eigene Strategie – von einfachen Likes zur Aktivierung der Fans of Friends –, aber insgesamt hat dieser stark angestiegene Social Buzz zu einer Wahlbeteiligung von 80% geführt. Und das trotz

Schönwetter, das normalerweise ein Garant für eine geringe Wahlbeteiligung ist.

Diese politischen Wahlen haben wieder einmal für Mindshare gezeigt, dass bei wichtigen Ereignissen die Beteiligung der Social Community als Big Data zur Analyse herangezogen werden kann.

Einsatz von Hashtags

„Für unsere Arbeit als Mediaagentur ist es wichtig, diese großen Benchmarks zu haben, da mit den strategischen Markierungen auch in der klassischen Markenkommunikation gearbeitet werden kann und Kampagnen zu einem noch größeren Erfolg hochgezogen werden können“, sagt Friederike Müller-Wernhart, CEO Mindshare, gegenüber medianet.

Ein weiteres Beispiel ist der Einsatz von Hashtags: Auch im

Wahlkampf hat sich bewiesen, dass Hashtags am besten mit der Marke oder eben Partei wirken. Die Zahlen zeigen, dass sich die Slogan-Hashtags bei den Usern weniger stark durchsetzten, während die reinen Parteien-Hashtags beziehungsweise Kandidatenamen im Hashtag-Top-ranking unter den Top Ten lagen.

330 Tweets pro Minute

Mit der ersten Hochrechnung kurz nach 17 Uhr erreichte der Social Media-Buzz Spitzenwerte von bis zu 330 Tweets pro Minute. Während der nachfolgenden TV-Analysen und Diskussionsrunden via ORF, Puls 4, ATV, ServusTV und SchauTV kommentierten Tausende Zuseher die mediale Berichterstattung am Second Screen, wie auch der Medienbeobachter Meta Communication International einen Tag nach der Wahl berechnet.