

VIRALE KOMMUNIKATION

*Influencer-Video
mit 28 Mio. Views*

WIEN/BERLIN. Ein beachtlicher viraler Erfolg made in Austria: Nur selten gelingt es österreichischen Digital-kampagnen, solche Zahlen zu erreichen. austria.com/plus und Fisch und Fleisch setzten auf das richtige Testimonial, um die Zahlen nach oben schnellen zu lassen: Fabio Wibmer, Staatsmeister im Downhill, zeigte für den Mobilfunker A1, wie sich das Thema „Speed“ blitzschnell und treffsicher kommunizieren lässt, und unterstreicht damit den USP des A1 Speed Cubes.

Wild durch die Mozartstadt

Mit einer spektakulären Fahrt durch die Salzburger Innenstadt, durch alte Gassen sowie über Stock und Stiegen landete er einen viralen YouTube-Hit. Das Video – eine Analogie auf die Schnelligkeit des A1 Net Cubes – wurde knapp 28 Mio. mal angesehen.

Dafür gab es kürzlich auch eine Gold-Auszeichnung in der Kategorie „Virale Kommunikation“ mit dem Deutschen Preis für Online-kommunikation.

„Gemeinsam mit den Blogger-Experten von Fisch und Fleisch konnten wir mit der Viral-Kampagne sämtliche KPIs übertreffen und auch als Vermarkter eine enorme Geschwindigkeit hinlegen“, bilanziert austria.com/plus-Verkaufsleiterin Karina Wundsam. (pj)



© Russmedia



© Andreas Tischler

Internet-Stars

Hunderte Kids und Teenies samt Eltern stürmen die Hallen, um ihre Superstars aus dem Netz persönlich zu treffen.

Influencer – auf in die zweite Runde!

Nach der erfolgreichen Tour 2017 startet die Influencer Video Con Tour presented by spark7 am 7.7. in der Mozartstadt.

SALZBURG. Am 7. Juli treffen die YouTube-Stars wie Chaosflo44 mit über 1 Mio. Abonnenten, Celina Blogsta mit 185 Tsd. und Daniel Fila mit 103 Tsd. Abonnenten auf YouTube in der Panzerhalle auf ihre Fans.

Im Vordergrund des Events steht das persönliche Selfie mit dem Star und die Chance, Autogramme zu ergattern.

Musiktalente heizen ein

Für musikalische Unterstützung sorgen DJ RepublicOne sowie Vanessa Dollinger, Adrianna, Laura Kamhuber, Markus Manzl, Lisa Mikolaschek und Anne S. Für die heißen Beats ist Beatboxerfi am Start, und auch die regionalen Influencer wie Tänzer ChrisCross und Heythats Lissi freuen sich auf das Fantreffen.

Die Stars der Millennials sind angesagter denn je und werden auch in Salzburg für Aufsehen sorgen. „Die Influencer schaffen, was klassischen Medien oft nicht gelingt“, erklärt Sandra Thier (Bild), Gründerin des You-



© Philipp Liparski

Tube-Netzwerks „diego5“. „Sie holen die begehrte junge Zielgruppe in ihrer Lebenswelt ab – und zwar auf Augenhöhe.“

Warum Influencer-Marketing?

Mit 3,2 Mio. Abonnenten und über 280 Mio. Video-Aufrufen wachsen diego5 und ihre 80 Web-Influencer weiterhin rasant und bauen das größte Influencer-Netzwerk Österreichs weiter aus. Als einziger offizieller YouTube-Partner sind neben Größen wie Joanna Zhou von

„Cute Life Hacks“ und Celina Blogsta auch Sam Mashgati oder Juri Entertainer TV dabei.

„Der Andrang auf Webstars ist enorm – vor allem wird die Zahl der Fans immer größer“, meint Thier. „Darum sind auch unsere Werbepartner zunehmend überzeugt, dass Influencer-Marketing bereits einen fixen Bestandteil in ihrem Marketingmix darstellt.“

Das kann auch spark7 bestätigen: „Für unsere Jugendmarke sind wir mit Web-Influencern punktgenau in unserer Zielgruppe, für die YouTube das neue Fernsehen ist“, berichtet Elena Traindl, verantwortlich für Jugendmarketing bei der Erste Bank und Sparkasse Österreich.

„Dort finden sie die Stars und Idole von heute. Deshalb setzen wir in unserer Kommunikation nicht nur auf Web-Influencer, sondern sind jetzt auch stolzer Partner der Österreich-Tour der Influencer Video Con, die wie Erste Bank und Sparkasse ein starkes Bekenntnis zu den Regionen ist.“ www.videocon.at