

**ÖBB** *nightjet*

Träum  
weiter

## STRATEGIE

Kaum eine Zielgruppe gestaltet sich so different wie die der jungen Menschen. Was sie eint, ist die Affinität zu sozialen Netzwerken. Um möglichst viele von ihnen zu erreichen, entschieden wir uns daher, die junge Zielgruppe in ihren Kommunikationsräumen, auf Augenhöhe und in ihrer Sprache abzuholen. Dazu schickten wir 20 archetypisch ausgewählte Micro-Influencer mit dem ÖBB Nightjet in ihre Wunschdestination. Das erklärte Ziel dahinter: Durch die völlig unterschiedlichen Interessensgebiete der Influencer eine breite Masse von jungen Menschen zu erreichen und den Content innerhalb ihrer eigenen Communities und Kanäle zu verbreiten, um so den Nightjet als günstiges und praktisches Transportmittel für ihre Traumreisen zu etablieren.

Bitte  
Casefilm  
hier  
ansehen

[https://youtu.be/pqN\\_-ClcGlg](https://youtu.be/pqN_-ClcGlg)