

- DESIGN**
 Das Kampagnen-Design, die einzelnen Touchpoints sowie die User Experience wurden konsequent am mobilen Nutzerverhalten von Jugendlichen ausgerichtet.
- AKTIVIERUNG**
 Beworben wurde die Aktion zielgruppengerecht auf Mobile und Social Media, durch Kooperationen mit Universitäten und Fachhochschulen sowie durch Promotionen an sämtlichen UBS-Geschäftsstellen.
- INVOLVEMENT**
 Um Relevanz und Engagement zu steigern, setzte die Kampagne auf das bei der Zielgruppe bewährte Quiz-Format. Ein SMS-Reminder informierte wöchentlich über neue Quiz-Themen und Gewinnchancen. Und mit stetig wechselndem Content wurde die Zielgruppe über 9 Wochen Kampagnenlaufzeit an die Marke UBS gebunden.
- VERBREITUNG**
 Wer sein Ergebnis via SMS, WhatsApp, Facebook oder Twitter teilte, erhöhte seine Gewinnchancen. Und für jeden geworbenen Freund gab es 50 Franken Reisegeld zum Hauptgewinn dazu.



9 Wochen
Top of Mind

AUFGABENSTELLUNG

Jedes Jahr startet UBS eine Kampagne, um Studierende für ihr kostenloses Bankpaket UBS Campus zu gewinnen. Aber wie erreicht man die junge und begehrte Zielgruppe, die vor allem über mobile und werbefreie Kanäle wie WhatsApp kommuniziert und sich durch eine sehr heterogene Mediennutzung auszeichnet?

LÖSUNG

Mit dem UBS CampusBreak lancierten wir eine Kampagne, die eine willkommene Auszeit vom Unistress bot und mit dem Thema Reisen voll den Nerv der Zielgruppe traf. Anhand verschiedener Tests konnten User jede Woche mehr über ihren persönlichen Ferientyp erfahren. Zu gewinnen gab es nicht nur Städtetrips, sondern auch ein für den Ferientyp passendes Erlebnis dazu.

ERGEBNIS

Die Kampagne war ein durchschlagender Erfolg. 84 Prozent aller Wettbewerbsteilnehmer waren innerhalb der Zielgruppe. Jedes dritte Quiz-Ergebnis wurde über Social Media mit Freunden geteilt und davon 70 Prozent via WhatsApp – ein Beweis, dass die Kampagne in ein bislang komplett werbefreies Umfeld vorgedrungen ist. Zudem abonnierte rund die Hälfte aller Teilnehmer freiwillig den SMS-Reminder und setzte sich so 9 Wochen mit der UBS auseinander.