

#sofastsogood

Aufgabenstellung

Als einer der weltweit führenden Spezialisten im Transport von Luftfracht wollte sich Lufthansa Cargo mit einer außergewöhnlichen viralen Aktion öffentlichkeitswirksam bei Kunden, Partnern, Mitarbeitern und Freunden der Marke als modernes und sympathisches Unternehmen positionieren. Zudem sollte mit dieser Maßnahme das ausgebaute Streckennetz in Szene gesetzt und so in den Köpfen gefestigt werden.

Lösung

Lufthansa Cargo liefert frische Ware an unterschiedlichste Zielorte. Diesen Aspekt rückten wir in den Fokus und verknüpften ihn mit einem Thema, das Kultstatus erlangt hat: Street-Food. Über Instagram, Facebook und eine Aktionsseite luden wir Kunden, Mitarbeiter und Fans dazu ein, unter dem Hashtag #sofastsgood Teil einer kulinarischen Reise zu werden. Wir wollten wissen, wo sie schlemmen. Dafür mussten die Teilnehmer Fotos ihrer liebsten Streetfood-Gerichte teilen. Daraus wurden dann die 100 besten Bilder ausgewählt und in einem Buch publiziert. So transportierte Lufthansa Cargo User-generated Content in die Offline-Welt und machte daraus auch einen haptische Genuss.

Ergebnis

#sofastsogood verbreitete sich rasant! Kunden, Mitarbeiter und Fans aus der ganzen Welt haben teilgenommen. Fast 500 Beiträge wurden aus 51 Ländern eingereicht. Außerdem sorgte die Aktion für 100.000 Page-Impressions, 9.000 Unique Visits, eine 3-mal höhere Aktivität der Fans in den sozialen Netzwerken als bisher und es konnten 80% mehr Facebook-Fans gewonnen werden.

