

Pressemitteilung

Erfolgreiches Online-Marketing: Die Bloggeraktion #klassenfahrt diary 2015 in Zahlen

Neue Marketing-Maßstäbe setzt das Dresdener Unternehmen Herolé Reisen auch in diesem Jahr mit seiner Bloggeraktion #klassenfahrt diary. Vier Klassen wurden auf ihren Fahrten von einem Blogger begleitet. Die Erlebnisse wurden als Bild, Film und Text auf verschiedenen Social Media-Kanälen veröffentlicht. Dadurch wurde ein Live-Charakter erzeugt, bei dem jeder miterleben kann, wie Klassenfahrten wirklich sein können und sollen. Jetzt ist das #klassenfahrt diary 2015 vorbei und die Bilanz kann sich sehen lassen.

Dresden, 21. Oktober 2015. Nach dem Erfolg der Bloggeraktion #klassenfahrt diary 2014 stand fest, dass es eine Neuauflage geben würde. Im September 2015 war es soweit und Herolé Reisen, einer der führenden Anbieter von Klassenfahrten, hat wieder vier Klassen zum #klassenfahrt diary eingeladen. Das Prinzip: Ein Blogger begleitet alle Klassen auf ihren Fahrten und hält die Erlebnisse per Video, Bild und Text fest, so dass alle Interessierten ein Live-Gefühl von den Klassenfahrten bekommen können.

Das war das #klassenfahrt diary 2015

Dublin, München, Dresden und Kampanien – das waren die Reiseziele in diesem Jahr. Reiseblogger Christoph Karrasch hat die Klassen mit der Videokamera begleitet und hautnah von ihren Erlebnissen berichtet: Näher konnte man nicht dran sein. Aktionsfläche für das #klassenfahrt diary waren die Social Media-Kanäle des Klassenfahrtenanbieters Herolé Reisen: Der gleichnamige Blog bündelte alle Informationen der Aktion. Die Klassenfahrten live miterleben konnte jeder auf der Facebook-Seite von Herolé Reisen – hier wurden die Beiträge, Videos und Fotos zuerst veröffentlicht. Aber auch auf YouTube, Instagram, Twitter und Google+ konnte das Geschehen verfolgt werden. „Mit dem #klassenfahrt diary haben wir eine Marketingmaßnahme entwickelt, die unsere Zielgruppe mit authentischen Berichten und Emotionen abholt und Lust darauf macht, mit uns auf Klassenfahrt zu gehen. Das Konzept ist bereits im vergangenen Jahr aufgegangen. Für dieses Jahr wurden unsere eigenen Erwartungen noch einmal übertroffen“, sagt Carsten Herold, einer der Geschäftsführer von Herolé Reisen.

Den Erfolg vom Vorjahr noch einmal gesteigert

Kundenakquirierung und Marketing laufen mittlerweile zunehmend über verschiedene Online-Kanäle. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, sich im Online-Bereich breit aufzustellen und Präsenz zu zeigen. Herolé Reisen hat den Trend erkannt und mit dem #klassenfahrt diary eine zielgruppenorientierte Marketingaktion für Klassenfahrten geschaffen. Bereits im letzten Jahr war die Aktion ein großer Erfolg. Dieses Jahr ließ sich das Ergebnis noch einmal steigern: Mit durchschnittlich 490 Blog-Zugriffen pro Tag, konnte Herolé Reisen einen Anstieg von 213 Prozent im Vergleich zu 2014 verbuchen. Insgesamt wurde die Blogseite während der Aktion 23.843 mal besucht – eine Verdreifachung der Besucherzahlen im Vergleich zu 2014. Auf dem eigenen YouTube-Kanal lässt sich eine Steigerung von 80 Prozent zum Vorjahr messen. Die Videos wurden 33.881 mal angesehen. Auf Facebook erzielte die Bloggeraktion eine Reichweite von 1.250.000 und es gab insgesamt 225.000 Interaktionen.

Pressemitteilung

Mit Kooperationsmarketing die Reichweiten erhöhen

Für den Erfolg der Bloggeraktion hat sich das Unternehmen nicht nur auf die eigenen Kanäle beschränkt: Weitere Unterstützung gab es von vier YouTubern, die über das #klassenfahrt diary cross-medial berichteten und die Aktion in Szene setzten. Der meiste Ansturm auf den Blog von Herolé Reisen wurde durch die Kooperation mit den YouTube-Stars bewirkt. Der Höchstwert lag bei 2.300 Seitenaufrufen an einem Tag. Daneben machte der Radiosender 93,6 JAM FM als Kooperationspartner über eine Online-Einbindung und mit mehreren Live-Spots zusätzlich auf die Aktion aufmerksam. Der Klassenfahrtanbieter hat so gezeigt, wie erfolgreiches Marketing von Spezialreisen heutzutage ablaufen kann.

Weitere Informationen zum #klassenfahrt diary unter <https://www.herole.de/klassenfahrt diary/>

Über Herolé Reisen

Das Unternehmen mit Sitz in Dresden wurde 2002 gegründet und ist heute einer der größten Anbieter von und Spezialist für Klassenfahrten in Deutschland. Dafür sprechen auch über 90.000 Teilnehmer, die 2014 mit Herolé Reisen auf Klassenfahrt gegangen sind. Mit der unternehmenseigenen Flotte von 17 modernen Reisebussen werden die 120 Reiseziele in 25 Ländern in ganz Europa angesteuert. Im April 2015 wurde Herolé Reisen als eines der fünf besten Unternehmen in Sachsen ausgezeichnet.

Pressekontakt

markengold PR GmbH
Kristina Weidl
Münzstraße 18, 10178 Berlin
Tel. (030) 219 159 60 | Fax. (030) 219 159 69
herole@markengold.de | <http://www.markengold.de>