

M&M

MARKE UND MARKETING

Shakira tritt erneut für Costa an

Costa Kreuzfahrten hat die Pop-Sängerin Shakira im dritten Jahr in Folge als Markenbotschafterin verpflichtet. Die Kolumbianerin spielt die Hauptrolle in der neuen deutschlandweiten **Online-Kampagne**, die seit Weihnachten auf sozialen Medien wie Youtube und Facebook läuft. In dem sehr persönlich gehaltenen Video spricht sie über Emotionen, Momente und Gefühle, die sie glücklich machen und mit denen sie gleichzeitig das Costa-Markenprinzip „Freude“ erklärt. Auch Musik spielt in der Kampagne eine wichtige Rolle, allerdings nicht von Shakira: Der **Song „Il Mare“**, eine Coverversion des Sängers Raphael Gualazzi des Klassikers „La Mer“ von Charles Trenet, wurde speziell für die Kampagne aufgenommen.

95

Prozent

der 370 befragten Marketing- und Vertriebsentscheider aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sehen für sich selbst „dringenden“ Bedarf für Weiterbildungsmaßnahmen. Gefragt sind vor allem Schulungen im digitalen Marketing.

Destinationsmarketing über den Wolken

Was sieht ein Flugpassagier, wenn er in seinem Sitz starr geradeaus blickt? Einen grauen Klapp-tisch. Dies zu ändern ist die Geschäftsidee der Salzburger Firma Global Onboard Partners Europe (GOBPE). Mit **acht Airlines**, die 350 Flugzeugen betreiben, arbeitet GOBPE zusammen. Zuletzt wurde zum Beispiel in Jets von Eurowings für die Skiregion Zillertal Arena und für **Winterurlaub in Kärnten** geworben. Zunehmend werde die Reklame in Flugzeugen multimedial umgesetzt, so GOBPE. Ein Großteil der Fluggäste habe heute Smartphone, Tablet oder Laptop dabei und verwende diese Geräte während des Flugs. Über das bordeigene Netzwerk werden dann Gewinnspiele angeboten. „Fallstudien zeigen, dass wir in puncto Aufmerksamkeit, Reichweite und Response außergewöhnliche Zahlen erreichen“, sagt Geschäftsführer Roland Haagen.

Von Datengurus und Influencern



SILVIA KRÖGER-STEINBACH



Alle Infos zum **fvw Digital Marketing Day** am 6. Februar 2018 in Düsseldorf unter fvw.de/digitalmarketingday.

Wie sieht das digitale Marketing der Zukunft aus? Darum geht es ganz praxisnah beim **fvw Digital Marketing Day** am 6. Februar in Düsseldorf. Der wichtigste Branchentreff für Digital-Marketer der Reisewirtschaft startet mit Keynote Speaker **David Armstrong**. Der Holidaypirates-Chef präsentiert Alternativen zum Online- und Suchmaschinen-Marketing – ein Thema, das die hochkarätig besetzte Diskussionsrunde mit Urlaubsguru-Gründer **Daniel Marx** und Kayak-Geschäftsführer **Jan Valentin** vertieft.

Nach der Mittagspause teilt sich der Digital Marketing Day dann erstmals in drei parallel stattfindende Deep Dive Sessions zu Datenstrategie, Social Media und Influencer Marketing sowie Digital out of Home, in denen diese Themen vertiefend mit viel Praxis-Know-how und Raum für Fragen behandelt werden. Die Sessions kombinieren deshalb Im-

puls-vorträge und Workshop-Teile, in denen Lösungsansätze erarbeitet werden. Zum Abschluss werden die Ergebnisse für alle Teilnehmer präsentiert.

So widmen sich **Michael Faber**, Geschäftsführer Touristik bei der Beratung Tourismuszukunft, und **Sascha Schulz**, Mitgründer der Influencer Marketing Academy in Berlin, der Frage, wie Reisefirmen Facebook, Instagram, Whatsapp & Co richtig einsetzen.

Die zweite Session analysiert die Folgen der neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Die Auswirkungen für Marketer sind gewaltig. In der dritten Session dreht sich alles um digitale Außenwerbung und Bewegtbild-Marketing. Als Experten kommen der als „**Mr Media**“ bekannte **Thomas Koch** und sein Ko-Chef **Ibrahim Han** (beide TKD Media), **Frank Goldberg**, Vormann des Digital Media Institute, und Fleet-Ad-Boss **Semih Stöcker**. JEV