




MIT €1 DIE WELT RETTEN

🤨🤨🤨 #HANGRY 🤨🤨🤨



Wir leben in einer extremen Zeit. Rund um den Globus kommen wütende Politiker an die Macht. Viele fürchten sich vor diesem globalen Trend und dessen Auswirkungen auf die Menschheit.

MIT €1 DIE WELT RETTEN

😡😡😡 #HANGRY 😡😡😡

DOCH WAS MACHT SIE SO WÜTEND?

Die Antwort ist simpel: In ihrer hektischen Zeit fällt es den Politikern schwer, regelmäßig zu essen. Der wahre Grund für ihre Wut ist ein permanentes Hungergefühl. Sie sind einfach nur **#hangry** (hungry + angry)!

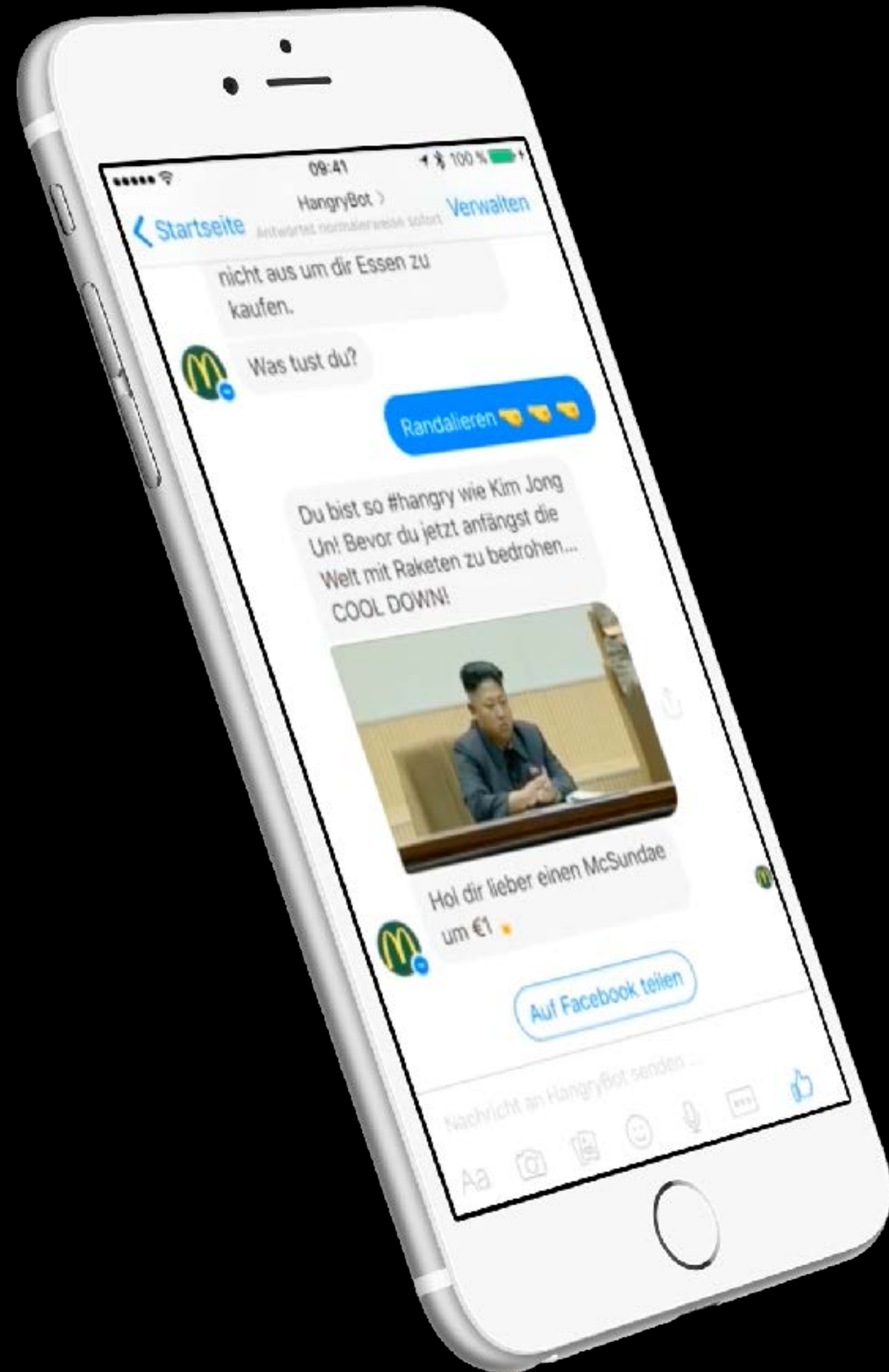


€1 RETTET DIE WELT

Das EinMalEins von McDonald's bietet schnelle Snacks für zwischendurch ab €1 und bereitet der Hangryness ein Ende. Ganz nach dem Insight von McDonald's: **Es sind oft die kleinen Dinge, die Großes bewirken.**

DIE KAMPAGNE **#hangry**

Wir greifen die brisanten, aktuellen Entwicklungen in der internationalen Politik satirisch auf und konzentrieren uns auf den meist genutzten Social-Media-Kanal: Facebook. Die negativ besetzten Themen werden durch positive Emotionen in ein neues Licht gerückt. In Wirklichkeit sind alle nur hungrig und hätten gerne Fastfood von McDonald's, weshalb bereits mit €1 (EinMalEins) die Welt gerettet werden kann. Diese Botschaft transportieren wir über den bekannten Hashtag **#hangry**, welchen wir neu interpretieren. Durch einen Chatbot und Postings, die zur Interaktion einladen, sowie Facebook-Ads und Newsjacking-Aktionen, überraschen wir unser Publikum. Die Aktualität der polarisierenden Themen garantiert hohes Engagement der Audience.



HANGRYNESS CHATBOT

Die am häufigsten genutzten Apps auf Smartphones sind Messenger-Dienste wie WhatsApp oder der Facebook-Messenger. Sie eignen sich wunderbar für Storytelling-Strategien und authentische Markenkommunikation. Ein für die Kampagne eigens kreierter Chatbot ermöglicht es den Usern auf spielerische Art und Weise ihr persönliches Hangryness-Level zu entdecken und das Ergebnis mit Freunden zu teilen. Hier könnt ihr unseren Chatbot-Prototypen testen: facebook.com/HangryBot-397984987237958 Einfach über den Link die Demo-Fanpage besuchen und auf den Button „Nachricht senden“ klicken und den Bot ausprobieren.

INTERAKTIONSFÖRDERNDE POSTINGS

Postings mit interaktiven Elementen (zum Beispiel GIF-Minigames), bei denen der User zum Helden wird und mithilfe der McDonald's Produkte die Welt rettet.



derStandard.at
4 Std. ·

Nach Rücktrittsaufforderung an Parteichefin Eva Glawischnig soll den Jungen Grünen offizieller Status als Jugendvertretung aberkannt werden:



Grüne drohen Jungen Grünen mit Rausschmiss
DERSTANDARD.AT

Gefällt mir Kommentieren Teilen

566 Top-Kommentare

37 Mal geteilt

Kommentieren ...

McDonald's · Wahrscheinlich ist Frau Glawischnig einfach nur #hangry
Unser Vorschlag: Ein Salat um €1 und alles ist wieder gut! 🍏🍌
Gefällt mir · Antworten · 197 · 4 Std.

Weitere Kommentare anzeigen 2 von 123

NEWSJACKING

In der Kampagne können auch tagespolitische Geschehnisse aufgegriffen werden. Aktuelle **#hangry**-Momente können frech kommentiert werden – immer mit dem Hinweis, dass die EinMalEins-Produkte die Probleme lösen würden. So übernimmt McDonald's mit einem Augenzwinkern die gelassene Rolle eines interpolitischen Mediators.

MÖGLICHKEIT ZUR FORTSETZUNG

Die Kampagne kann rund um den Kampagnenkern beliebig erweitert werden. In weiterer Folge können – über die Politik hinausgehend – ebenfalls medial präsente Sportler, Schauspieler und Promis, aber auch bekannte Charaktere aus Filmen und TV-Serien einbezogen werden. Dabei sind keine Grenzen gesetzt.