Pressemitteilung

vom 19. September 2011

Virtuelle Wiesn mit Gstanzl-Parade vor Ort

Ray Sono setzt für Lufthansa die Microsite zum Oktoberfest 2011 um

Rein ins Vergnügen: Die Startseite zum Lufthansa Oktoberfest 2011
Quelle: Ray Sono

München, 19. September 2011 – Feiern, ohne vor Ort zu sein: Menschen aus der ganzen Welt können, wie bereits im vergangenen Jahr, gemeinsam mit Freunden das Oktoberfest unter www.lufthansa.com/oktoberfest erleben. Die von Ray Sono für Lufthansa in zehn Sprachen umgesetzte „virtuelle Wiesn" bietet viele neue Besonderheiten. Highlight ist die Verbindung von Web und dem Geschehen vor Ort: Professionelle bayerische Musiker singen ausgewählte Textvorschläge der Nutzer in Reimform live in München als bayerisches Gstanzl. Social Media Kanäle wie Facebook und Foursquare sind direkt in die Aktionen integriert.

Die von Ray Sono für Lufthansa aufwändig gestaltete Microsite www.lufthansa.com/oktoberfest bietet Menschen rund um den Globus die Möglichkeit, das Münchner Oktoberfest gemeinsam mit Freunden zu erleben, auch aus der Ferne.

Mittelpunkt des virtuellen Oktoberfestes ist das Lufthansa Festzelt, in das jeder Besucher seine Freunde über Facebook Connect einladen kann.
Freunde, die über Facebook verknüpft sind, sitzen so mit ihrem Profilbild erkennbar am selben Tisch und zeigen sogar Flagge – ganz im Sinne des internationalen Flairs. Durch die technische Integration von Facebook ist es unter Freunden weltweit möglich virtuell miteinander anzustoßen und dabei Textbotschaften auszutauschen.

Das Konzept von Ray Sono stellt 2011 als Highlight ein „echtes" Musikanten-Duo, dass durch musikalische Darbietungen, traditionelle bayerische Gstanzl, für Wiesn-Stimmung der besonderen Art sorgt. Die Textvorlagen liefern hierfür die Nutzer im Web, indem sie persönliche Oktoberfest-Grüße als Gstanzl-Text vorschlagen. Über ein

User-Voting werden alle 48 Stunden die besten Vorschläge bestimmt und vom Gstanzl-Profi Hubert Mittermeier („Erdäpfekraut“) auf dem Oktoberfest im Schönheitsköniginnenzelt auf Deutsch und Englisch live gesungen.

„Wir freuen uns darüber, das virtuelle Festzelt erstmals mit einer Musik-Bühne vor Ort verknüpfen zu können: Im Web laufen abwechselnd jeweils die beliebtesten Gstanzl der Nutzer, und die Besucher vor Ort erleben regelmäßig die Live-Acts hautnah“, so Bastian Beyer, Projektleiter bei Ray Sono.

Um es auf die vorderen Plätze zu schaffen, müssen die Bewerber mit ihrer Gstanzl-Einreichung möglichst viele Rosen sammeln. Diese gibt es für jeden „Mag ich!“-Klick anderer Besucher. Desweiteren gibt es Sonderaktionen, um an mehr Rosen zu gelangen. Darüber informieren sowohl ein Newsfeed auf der Seite, als auch der offizielle Lufthansa Blog auf www.lufthansa.tumblr.com.
Für die Verfasser der beliebtesten Gstanzln vergibt Lufthansa im Aktionszeitraum Flug- und Sachpreise.

Das Lufthansa Oktoberfest sieht auch eine mobile Komponente vor. Nutzer, die sich mit ihrem Smartphone über Foursquare, einem Location Based Services Dienst, im Aktionszeitraum einchecken, bekommen den von Ray Sono entworfenen offiziellen Wiesn Badge 2011 in Form eines Wiesn-Herzens als virtuelles Souvenir sowie einen Fluggutschein von Lufthansa.
Das Besondere: Zu den relevanten Orten zählen dieses Jahr nicht nur das Münchner Oktoberfest, sondern alle deutschen Restaurants, Bier-Bars und über 500 weltweit stattfindende Oktoberfeste. Infos und Tipps hierzu sind auf der Microsite zu finden.

Schon 2010 brachte Ray Sono im Auftrag von Lufthansa gut 75.000 begeisterte Teilnehmer virtuell unter www.lufthansa.com/oktoberfest auf das größte Volksfest der Welt.

Das Lufthansa Oktoberfest läuft vom 17. September bis zum 3. Oktober 2011.

Über Ray Sono

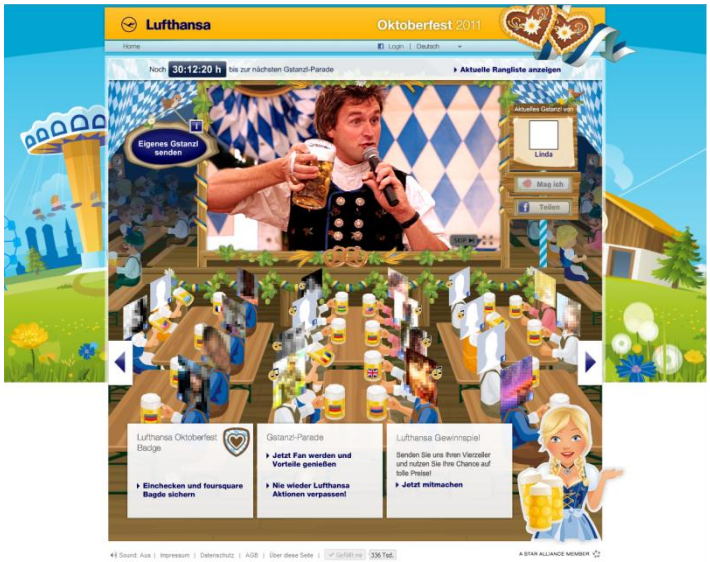
Als Agentur für digitale Kommunikationslösungen betreut Ray Sono seit 1992 führende Marken wie Deutsche Bahn, BMW, MAN, Linde, Lufthansa und Siemens in ihren digitalen Kanälen.
Ray Sono konzipiert, gestaltet und realisiert digitale Anwendungen mit Leidenschaft fürs Detail und stellt über ihre
Online Redaktion nach Launch eine nachhaltige Betreuung auf höchstem Niveau sicher.
Seit 2004 ist Ray Sono Rahmenvertragsagentur von Lufthansa und betreut unter anderem die Websites www.lufthansa.com und www.miles-and-more.com in über 90 internationalen Märkten. Neben mehrfacher konzeptioneller und gestalterischer Relaunches der Portale unterstützt Ray Sono bei der laufenden Usability-Optimierung, im Online- und Social Media Marketing, in der Übernahme der Online-Redaktion auf internationaler Basis sowie im Handling und Versand des Miles & More Newsletters an mehrere Millionen Empfänger jeden Monat.

Pressekontakt

Marius Müller
Ray Sono AG
Tumblingerstr. 32
80337 München
Office: +49 (89) 74646-124
marius.mueller@raysono.com

Bildmaterial

Rein ins Vergnügen: Die Startseite zum Lufthansa Oktoberfest



Fast wie auf dem echten Oktoberfest: Auf www.lufthansa.com/oktoberfest sitzen die Nutzer mit ihren Freunden an einem Tisch im Festzelt, können eigene Gstanzl verfassen und darüber abstimmen lassen. Wer die meisten Rosen sammelt und es so in die Top-50 schafft, kann sein Gstanzl schon bald auf der Bühne des Festzelts sehen und hören. Gesangsprofi Hubert Mittermeier singt die Gstanzl der Nutzer alle 48 Stunden im Schönheitsköniginnenzelt