

**Initiative #DocLXhilft bringt mehr Aufmerksamkeit für das Rote Kreuz – BILD/VIDEO**

ID: LCG20152 | 22.04.2020 | Kunde: DocLX Holding | Ressort: Chronik Österreich | Medieninformation

**Gemeinsam mit Multiplikatoren und Influencern möchte DocLX die die Fan-Basis für das Österreichische Rote Kreuz auf Instagram verfünffachen, um die Interaktion mit jungen Zielgruppen zu verbessern. Zahl der neuen Fans soll zu Jahresende in Finanzspende umgewandelt werden.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © DocLX Holding

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=yx7HpaYCq8A>

Wien (LCG) – Freiwillige Hilfsorganisationen wie das Österreichische Rote Kreuz leisten während der Maßnahmen der österreichischen Bundesregierung zur Eindämmung der COVID-19-Verbreitung Übermenschliches. Begonnen von professionellen Hilfsleistungen über psychische Betreuung bis hin zur Versorgung einzelner Menschen. Für Kommunikationsaktivitäten bleibt bei den täglichen Herausforderungen wenig Zeit. Diese sind essenziell, um neue freiwillige Helfer anzusprechen oder über soziale Medien vor allem junge Menschen mit wichtigen Botschaften zu erreichen. Ein gutes Beispiel ist das virale Video der Agentur Jung von Matt/Donau, das mit einem Mundartsong auf die Bedeutung des Händewaschens aufmerksam macht ( <https://www.youtube.com/watch?v=Qa35TIWZY4w> ) und als Musterbeispiel für gute Kommunikation auch vom weltweit wichtigsten Kommunikationsfestival, dem Cannes Lions International Festival of Creativity, gezeigt wird.

„Wesentliche und wichtige Informationen an die Zielgruppe zu bringen, ist in Anbetracht des Ansteckungsrisikos extrem wichtig. Je mehr Kanäle wir haben, umso besser können wir den Menschen helfen, Tipps geben und die Herzen gewinnen. Die Interaktion mit den Menschen hilft uns, gemeinsam durchzuhalten“, sagt Bundesrettungskommandant **Gerry Foitik** .

## Influencer und Instagrammer im gemeinsamen Einsatz für das Team Österreich

Instagram ist für junge Menschen laut jüngst erschienenem Jungend Trend Monitor von DocLX und Marketagent der zweitwichtigste Kommunikationskanal für junge Menschen im Alter zwischen 14 und 24 Jahren geworden: 73,5 Prozent nutzen es zum privaten Austausch mit Freunden.

Damit sich auch das Österreichische Rote Kreuz künftig besser mit jungen Menschen austauschen kann, hat sich DocLX mit der von **Vergim Bekirovski** , Head of Media Sales & Sponsoring, initiierten Plattform #DocLXhilft das ehrgeizige Ziel gesetzt, die Anzahl der Fans kurzfristig zu verfünffachen, um mehr Junge über die Arbeit der Hilfsorganisation zu informieren und dafür zu begeistern. Derzeit werden auf [https://www.instagram.com/roteskreuz\\_at](https://www.instagram.com/roteskreuz_at) rund 21.400 Fans gezählt. In den nächsten Tagen soll mit vereinten Kräften die Marke von 100.000 Fans überschritten werden.

In den Dienst der guten Sache stellen sich mit DocLX und der Agentur Kartell/07 namhafte heimische Influencer und Multiplikatoren wie [@rene\\_luigikid](#) , [@steiningerdominik](#) , [@stefanpetrov](#) , [@eni.zhou](#) , [@tulayerpolat](#) , [@stefan\\_ok](#) , [@aquamarinofficial](#) , [@laelae.life](#) , [@mariee\\_curiee](#) , [@bianca\\_feliciano](#) , [@bitsandbobsyeva](#) , [@rafi\\_veni](#) , [@fudge2gether](#) , [@wegscheidermarcel](#) , [@carina\\_berry](#) , [@elias\\_sili](#) und [@annachiara](#) . In einem gemeinsamen Video aus ihren Homeoffices rufen sie die jungen Österreicher auf, sich mit einem Like beim Österreichischen Roten Kreuz zu bedanken.

„DocLX verfügt über 30 Jahre Erfahrung im Jugendmarketing und hat den direkten, digitalen Zugang zu den jungen Österreicherinnen und Österreichern. Als Unternehmen wollen wir doppelt helfen! Für jeden neuen Fan möchten wir gemeinsam mit unseren Partnerinnen und Partnern bis Jahresende einen Euro spenden. Das wären aus heutiger Sicht 78.000 Euro, die wir gemeinsam mit Unternehmen und der Community für das Österreichische Rote Kreuz aufstellen wollen“, sagen Bekirovski und DocLX-Gründer **Alexander Knechtsberger** .

## Über DocLX Holding

DocLX Holding ist Österreichs größte Full-Service-Agentur für B2C- und B2B-Events, Incentives, Festivals, Eventreisen und City-Card-Solutions mit Schwerpunkt auf Digitalisierung. Als strategischer Partner des WienTourismus verantwortet die Unternehmensgruppe den Vertrieb der Vienna City Card, Österreichs erfolgreichster Gästekarte. DocLX bietet eine europaweite digitale Systemlösung für City- und Region-Karten-Betreiber an. DocLX wurde 1991 von **Alexander Knechtsberger** gegründet, ist Mitglied im Event Marketing Board Austria (EMBA) und wurde mehrfach mit dem Austrian Event Award ausgezeichnet. Zur DocLX Holding mit Sitz im Wiener Innenstadtpalais Schönburg-Batthyány sind die Unternehmen DocLX Travel Events, DocLX Abistars mit Sitz in München (Deutschland), DocLX City Card Solutions, White Label Marketing und eSports Holding zugehörig. Weitere Informationen auf <https://www.viennacitycard.at>, <http://palaisschoenborn-freyung.at> und <http://www.doclx-holding.com> .

### +++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)

