**Youtube-fenomen ska bredda BingoLotto**

Inför den stora uppesittarkvällen i TV4 den 23 december har BingoLotto låtit United Screens engagera Youtube-stjärnorna [Therese Lindgren](https://www.youtube.com/user/theresejlindgren), [Klas Eriksson](https://www.youtube.com/user/MrKlabbens) och [Keela](https://www.youtube.com/user/Keelaas) i *samband med en julkampanj riktad mot en yngre publik.*

Det är första gången BingoLotto tar hjälp av YouTube-stjärnor. I denna kampanj aktiveras YouTube-stjärnorna för att lyfta en tävling där fansen uppmanas att filma sina bästa julklappsrim. Vinnaren av tävlingen kommer dels att bli belönad genom julklappspengar och dels även få sitt julklappsrim uppvisat för en miljonpublik på TV under BingoLottos uppesittarkväll den 23 december. Tävlingsbidragen ska taggas med #BingoLotto och #Uppesittarrim.

I samarbete med United Screens valde BingoLotto youtubers som har en framåtlutad, lojal och engagerad målgrupp för att skapa trovärdighet och deltagande inför sin uppesittarkväll. Therese Lindgren är i dagsläget Sveriges största kvinnliga youtuber, med över 11 miljoner organiska visningar i månaden. Klas Eriksson är norrlänningen som blev känd genom sina Vine-klipp över en natt och Keela driver Youtube-kanal, blogg och har ett Instagramkonto med över 265 000 följare.

- BingoLotto är ett Sveriges mest kända varumärken med en kulturell förankring som få andra aktörer kan matcha. Väldigt många har vuxit upp i hem där BingoLottos Uppesittarkväll är en tradition och viktig del av julfirandet. När dessa barn nu vuxit upp, samtidigt som medielandskapet förändrats, är det naturligt för BingoLotto att följa med i denna utveckling, att nå målgrupperna där de naturligt finns. För de äldre funkar tv-reklam bra medan de yngre nås på Youtube, säger Annika Tunerbratt på Folkspel.

Kampanjen startade söndagen den 29 november och innehåller Youtube-videos, samt Instagram-videos och postningar på andra sociala medier så som Twitter och Facebook. Samarbetet är etablerat genom United Screens, som driver Nordens största multiplattformnätverk för online video-kreatörer.

**Om kampanjen:**

Kampanjen pågår mellan 29 november -13 december

**Mediabyrå:** MediaCom

**Samarbetspartner:** United Screens

**Beställare:** Annika Tunerbratt, Folkspel och BingoLotto

**Kampanjsajt**:

**BingoLotto** drivs av Folkspel, föreningslivets eget spelbolag. Det betyder att allt överskott från försäljningen går direkt till Sveriges föreningsliv. Sedan starten 1991 har Folkspel genererat närmare 16 miljarder kronor till svenskt föreningsliv genom BingoLotto och våra andra produkter så som Sverigelotten, Bingolottos julkalender och nätspel på [bingolotto.se](http://bingolotto.se/)

**United Screens** är Nordens största online video-nätverk, Multi Platform Network, med över 180 miljoner visningar i månaden och kontor i Stockholm, Oslo och Helsingfors. United Screens fokuserar på talang och sammanför kreatörer och varumärken på online video-plattformar som YouTube, Instagram, Twitch, m fl. United Screens har över 400 kanaler och personligheter i sitt online video-nätverk.

**För mer information:**

Annika Tunerbratt Natalie Tideström

*Ansvarig digitala medier, Folkspel*  *Creative Sales, United Screens*

+46 703-199 070 +46 760-075 502

[annika.tunerbratt@folkspel.se](mailto:annika.tunerbratt@folkspel.se) natalie@unitedscreens.se



Annika Tunerbratt, *Ansvarig digitala medier, Folkspel*