

Agenturen

Gameshersteller Ubisoft vertraut auf die Dienste von Mindshare

Die Wiener Mediaagentur setzt auf Online- und Mobile-Werbung sowie Social-Media-Aktivitäten und eine Kinokampagne

18.02.2016

Maximilian Mondel



Friederike Müller-Wernhart, CEO der Mediaagentur Mindshare in Wien, freut sich über den Neukunden Ubisoft: „Für uns ist die Zusammenarbeit mit Ubisoft eine höchst spannende Aufgabe.“ © Mindshare

Die Mediaagentur [Mindshare Österreich](#) freut sich über einen Neukunden. Seit Jahresbeginn betreut Mindshare den Mediaetat des französischen Computerspielerherstellers [Ubisoft](#), der für die Games „Assassin's Creed“, „Far Cry“, „Watch Dogs“ bekannt ist. Europaweit teilen sich die Mediaagenturen Mindshare und Maxus die Mediaagenden auf. Noch im Februar launcht Ubisoft „Far Cry Primal“, eine Fortsetzung der preisgekrönten „Far Cry“-Spielreihe. Gleich darauf im März geht das von Gaming-Fans lang ersehnte Videospiel „Tom Clancy's The Division“ an den Start. Eugen Knippel, Senior Marketing Manager von Ubisoft Österreich, erklärt: „In unseren Spielen stecken viele Entwicklungsjahre, die refinanziert werden wollen. Dafür ist ein entsprechender Kommunikations- und Werbedruck und eine Mediaagentur notwendig, die sowohl in der klassischen Welt als auch in der digitalen Welt zuhause ist und aufgrund ihrer Erfahrung die nötigen Voraussetzungen mitbringt, beides zusammenzuführen.“ Friederike Müller-Wernhart, CEO Mindshare, ergänzt: „Für uns ist die Zusammenarbeit mit Ubisoft eine höchst spannende Aufgabe, da wir unsere Arbeitsweise Adaptive Marketing voll ausspielen können.“ Für die Markteinführungen werden in Sachen Online- und Mobile-Werbung alle Kanäle genutzt. Außerdem runden einige strategische Social Media-Aktivitäten und eine Kinokampagne den Mediaplan ab.

Ubisoft ist ein französischer Computerspielerhersteller, der international eine führende Rolle in diesem Bereich einnimmt. Der Marktanteil liegt bei rund 13 Prozent und drei der sieben Bestseller-Spiele des Jahres 2014 stammen aus dem Hause Ubisoft.



Lobster zeichnet für Markteinführung von HIDDEN GEM verantwortlich

Unter der Marke HIDDEN GEM werden Spitzenweine heimischer Top-Winzer über einen innovativen Vermarktungsansatz vertrieben

Agenturen

16. März 2016



bitsfabrik entwickelt neue iOS App für win2day

Die Digitalagentur war für den kompletten Projektprozess, vom Kickoff-Workshop bis zur Umsetzung verantwortlich

Agenturen

16. März 2016



Die Jungen Wilden begleiten den neuen Marktauftritt von Betten Reiter

Die integrierte 360°-Kampagne startet per 20. März 2016 unter anderem mit Onlinewerbung, Social Media und Direct Mailings

Agenturen

15. März 2016



Blogger-Convention: „Gelesen werden ist ein Privileg, keine Selbstverständlichkeit“

P8 veranstaltet mit „Friends & Benefits“ die erste Blogger-Convention in Wien

Agenturen

14. März 2016



ADGAR-Gala 2016: Sonderpreis „Kreativer Einsatz von Onlinewerbung“ für MediaCom und T-Mobile

Der Verband Österreichischer Zeitungen hat am 10. März 2016 zum 32. Mal seinen Werbepreis ADGAR verliehen

Agenturen

14. März 2016



die3 realisiert crossmediale Kampagne für Bosch Sensortec

Das Team der Dornbirner Agentur zeichnete für die gesamte Ausarbeitung und Begleitung der Umsetzung verantwortlich

Agenturen

11. März 2016

Events



Marketing Expo (SMX) 2016

München 17.03.2016 - 18.03.2016



IAB Austria Basislehrgang Digital Marketing – 2. Durchgang 2016 KOMPAKT

06.06.2016 - 17.06.2016



IAB Austria Basislehrgang Digital Marketing – 3. Durchgang 2016

Wien 09.09.2016 - 18.11.2016

[Alle Events anzeigen »](#)

Newsletter

Anmelden

Meist gelesen



Die Jungen Wilden begleiten den neuen Marktauftritt von Betten Reiter



diamond:dogs | group wird Teil der Emakina Group



Agentur Pulpmedia richtet In-house-Trading Desk ein

Neu im Portfolio der oberösterreichischen Agentur Pulpmedia ist Real-Time-Advertising

Agenturen

10. März 2016



A1 One Online Kampagne setzt auf User Generated Advertising

Umgesetzt wurde die Kampagne von der Wiener seso media group und der D.N.S Werbeagentur

Agenturen

10. März 2016



Philip Czellary ist neuer Senior Project Manager der Agentur Avantgarde

Der 28-Jährige ist nun für das gesamte Projektteam der Wiener Erlebnismarketingagentur verantwortlich

Agenturen

09. März 2016

[Ältere Beiträge >](#)



ADGAR-Gala 2016: Sonderpreis „Kreativer Einsatz von Onlinewerbung“ für MediaCom und T-Mobile



Lobster zeichnet für Markteinführung von HIDDEN GEM verantwortlich



Demner, Merlicek & Bergmann führt Digitalkreativranking an



Super-Fi und Heineken bringen UEFA Champions League ins Wohnzimmer

Werbeplanung Jobsuche



Was?

Wo?

JOB FINDEN



Mediadaten

AGB Print

Jobs

Über uns

AGB Print Abo

Events

Team und Kontakt

AGB Online

News

Datenschutz

Impressum

Guide