



© Panthermedia.net/Robert_Cg

Die ghost.company hat jetzt eine eigene Inhouse Film-Unit: ghost.movie.

Film ab, Ton läuft!

ghost.company geht mit ghost.movie an den Start – die Inhouse Film-Unit setzt ein erstes Projekt ins Szene.

WIEN. Die integriert arbeitende Werbeagentur ghost.company erweitert ihr Leistungsportfolio. Mit ghost.movie wird den Kunden die Kreation und Umsetzung von Animations- und Realfilmen geboten; Schwerpunkt ist vor allem der Einsatz im Online-Bereich.

„Mit ghost.movie können wir kreative und überschaubare Filmprojekte für unsere Kunden schnell in die Tat umsetzen und diese z.B. für die Website oder

Online-Marketing-Kampagnen nutzen“, so Michael Mehler, Inhaber und Kreativchef der ghost.company. Dabei geht es nicht um große, aufwendige Produktionen, sondern um Bewegbildeformate, mit denen Content-Marketing lebendiger, kreativer und deutlich effektiver wird.

Von Interviews über Dokumentationen bis hin zu Animationsfilmen wird eine vielfältige Bandbreite geboten. Der gesamte Kreativ- und Produktionsprozess

wird inhouse geleistet, sodass der Kunde von der Drehbuchentwicklung bis zur Postproduction alle Leistungen direkt aus der Agentur erhält – mit entsprechenden Zeit- und Kostenvorteilen. Für Bayer Crop Science wurde bereits ein personalisierter, in Stop-Motion-Technik produzierter Geburtstagsfilm im Handumdrehen realisiert. Das Feedback der Marketing-Abteilung war ebenso kurz und bündig: „Perfekte Umsetzung“. (gs)

Red Bull beflügelt edubags

Die Uni-Welcome Bags mit neuem Namen.

WIEN. Die Goodie-Taschen sind das Highlight zu jedem Semesterstart. Lange Zeit kursierten viele Namen für diese – nun hat man sich für einen griffigen Namen entschieden, welcher den Studierenden auch schnell verständlich machen soll, was in den Taschen enthalten ist. So befinden sich in diesen Goodies und Vergünstigungen – „alles Dinge, für die unsere ,edu-

Brand seit vielen Jahren mit dem edustore, den edudeals und dem educom steht. Darum nehmen wir die Anregungen der Studierenden gern auf und verleihen dem Welcome Bag ab sofort den Titel ,edubag“, erläutert Media in Progress-Gründer Markus Müller das Rebranding. Heuer werden u.a. Red Bull, Milka, Almdudler und Dr. Oetker in den edubags zu finden sein. (red)



© Media in Progress

NEUHEIT

Programmatische Audiokampagne

WIEN. Gemeinsam mit dem Audiovermarkter RMS setzt Mediaplus Austria die erste programmatisch eingekaufte Audiokampagne für den Kunden Carglass um. Die Abwicklung findet über den Tradingdesk von PREX, einem Joint Venture für Programmatic Advertising von Mediaplus und Plan. Net, statt. Die audio-affine Zielgruppe der Pkw-Nutzer wird profilbasiert über mehr als 1.200 Webradios innerhalb des Vermarktungsdachs der RMS Austria erreicht – darunter auch Webradios der Aggregationsplattform „TuneIn“.

STARTSCHUSS

Globale News-Initiative

MOUNTAIN VIEW. Google wird seine Initiativen zur Unterstützung von Verlagen, Medien und Journalismus unter einem neuen globalen Dach zusammenfassen: Der Internetriesen kündigte am Dienstag die Gründung der Google News Initiative (GNI) an. Das Projekt werde in den kommenden drei Jahren mit 300 Mio. USD (rund 270 Mio. €) ausgestattet. Die GNI basiert zu wesentlichen Teilen auf der Arbeit der Digitalen News Initiative (DNI) in Europa, die Google vor knapp drei Jahren mit europäischen Verlags- und Journalismuspartnern ins Leben gerufen hat. Mithilfe der DNI hatte Google versucht, zu einer Entspannung des Verhältnisses zu Verlagen in Europa beizutragen.