OMA realisiert quicklebendige Online-Kampagne zu WHAT A MAN

18.10.2011, 13:03 | Kunst & Kultur

Pressemitteilung von: *OMA - Online Marketing Agency*



WHAT A MAN - Die Online-Kampagne zum Erfolgsfilm wurde von der OMA Online Marketing Agency gestaltet.

18.10.2011 – WHAT A MAN, die deutsche Romantik-Komödie und Regie-Debüt von Matthias Schweighöfer beweist sich mit bereits über 1,6 Millionen Zuschauern als außerordentlich erfolgreich an den deutschen Kinokassen. Der Film erzählt von Lehrer Alex, der sich der Frage stellt, was einen echten Mann ausmacht. Neben Matthias Schweighöfer spielen Sibel Kekilli, Mavie Hörbiger und Elyas M'Barek in den Hauptrollen.

Die exakt vor einem Jahr gestartete facettenreiche Online-Kampagne, in deren Rahmen auch umfangreiches, exklusiv für die Kampagne gedrehtes Greenscreen-Material der Hauptdarsteller zum Einsatz kam, wurde von der OMA Online Marketing Agency GmbH aus Düsseldorf im Auftrag der Twentieth Century Fox of Germany konzipiert und realisiert.

Um bestmögliche Kampagnenresultate zu erzielen, startete OMA bereits im September 2010 zusammen mit der Schwesteragentur OMA PR mit der Online-Produktionsbegleitung. Dabei konnte die Zielgruppe, insbesondere anhand der via Facebook, YouTube und iTunes-Vodcasts verbreiteten Drehtagebücher, die Entstehung des Films von Beginn an mitverfolgen und kommentieren.

Mit viel Liebe zum Detail hat OMA unter anderem die offizielle Website des Films, die Werbemittel, Facebook-Apps und vieles mehr gestaltet und umgesetzt um die besondere Wärme und Nähe einer deutschen Produktion hervorzuheben. Dazu wurde mit den sympathischen Darstellern ein speziell zu diesem Zwecke vorbereiteter Greenscreen-Dreh durchgeführt, in dem die Grundlage für eine große Bandbreite vielseitig in digitalen Werbemitteln einsetzbarer Sequenzen geschaffen wurde. „Wir mussten Greenscreen-Ideen und -Drehbücher für alle Eventualitäten entwickeln, denn wir wussten ja, dass es nur diesen einen Drehtag geben würde - und einmal abgedreht, all unsere Vorstellungen mit dem Material würden verwirklichen müssen.“, erinnert sich die OMA Texterin Maite Moreno-Rademacher, die insbesondere in der Anfangsphase viele Konzepte zusammen mit Johann Stoeten, der das Gesamtprojekt bei OMA verantwortete, ausgearbeitet hat. Die inhaltliche und kreative Gesamtleitung der WHAT A MAN Kampagne lag bei Germar Tetzlaff, der bei Fox für die lokalen Produktionen zuständig ist.

Die Greenscreen-Aufnahmen bilden den Ausgangspunkt für alle Webproduktionen und bieten abwechslungsreiches, dem Kinogänger nicht bekanntes zusätzliches Material, das insbesondere die Fans von Matthias Schweighöfer und Elyas M'Barek begeistert. Mit der direkten Ansprache der Zielgruppe durch die Darsteller und der Interaktion zwischen den Schauspielern und den Website-Elementen entsteht so ein besonderes, persönlicheres Internet-Erlebnis. Für die Gestaltung und Umsetzung der Flash-Website war OMA Art Director Nils Preuss zuständig:
„Die Herausforderung war es, möglichst abwechselungsreiches Greenscreen-Material so in die Website einzubauen, dass die Gesamtkomposition als Einheit wirkt und die Greenscreen-Aufnahmen nicht künstlich in der Web-Umgebung wirken, sondern als Teil von ihr.". „Besonderes Augenmerk haben wir dabei auf ein möglichst gutes Verhältnis zwischen unterhaltsamer Videoqualität bei noch verträglicher Ladezeit, sowie auf die Platzierung der einzelnen Ladevorgänge selbst gelegt", ergänzt OMA Projektleiter Johann Stoeten.

„Die OMA ist eine der top online Marketing Agenturen Deutschlands, in die wir großes Vertrauen haben und die immer wieder innovative wie auch benutzerfreundliche Lösungen für uns findet. Wir freuen uns auf weitere Kampagnen mit diesem starken Team!" so, Germar Tetzlaff von der Twentieth Century Fox of Germany.

Auf Basis dieser unterhaltsamen Greenscreen-Takes kreierte OMA auch die auf unterschiedliche Vermarktungsflächen speziell zugeschnittenen Werbemittel, die unter anderem auf BILD.de, Yahoo, Facebook sowie in diversen Netzwerken wie denen der Interactive Media, United Internet Media oder SevenOne eingesetzt wurden. Im Rahmen der intensiven Facebook-Kampagne wurden darüber hinaus diverse Apps realisiert, wie z.B. dem „Frei-Liken" weiterer Trailer, einem Video-Live-Chat mit Matthias Schweighöfer & Elyas M'Barek oder den beiden, ebenfalls mit Greenscreen-Sequenzen untermalten Quiz-Apps „Traumfrau gesucht" und „Bist du ein echter Mann?". Die Quiz-Apps wurden darüber hinaus jeweils derart umgesetzt, dass sie auch außerhalb von Facebook auf externen Sites aktiv genutzt und damit im Rahmen der PR einfach gestreut werden konnten.

Das gesamte Team der OMA hatte viel Spaß bei der Umsetzung dieser anspruchsvollen Kampagne, die es vom ersten Konzept bis zum fertigen Produkt in Zusammenarbeit mit dem Team der Twentieth Century Fox gestaltete.

Auftraggeber: Twentieth Century Fox of Germany

Link: http://www.whataman.de

Portrait

Die 2000 gegründete OMA® Online Marketing Agency GmbH (www.onlinemarketingagency.com) ist die eignergeführte Kreativagentur für digitale Markenkommunikation, Online Marketing und Online Public Relations mit Sitz in Düsseldorf. Ob Werbemittelkampagnen, Webseiten, Apps oder Social Media Aktivitäten: OMA verknüpft aktuelle Insights mit verführerischen Kreativkonzepten und zielgenau eingesetzter Technologie und entwickelt so zielgruppenrelevante Marketingkampagnen. Die hohen Ansprüche an Beratung, Konzeption, Design und Usability sowie das Kampagnen begleitende Controlling garantieren das Erreichen der gesetzten Marketingziele. Beim Internetagentur-Ranking 2011 belegte OMA Platz 16 im Subranking Werbung. Auf der Kundenliste sind Unternehmen wie z. B. 20th Century Fox, Birkenstock, Deutsche Börse, Eurex und Ratiopharm zu finden.

News-ID: 579657 • Views: 1315 (Stand: 02.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/579657/OMA-realisiert-quicklebendige-Online-Kampagne-zu-WHAT-A-MAN.html