



Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@vivaki.de Tel. 0211/52 80 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

Newcast inszeniert Postbank mit additivem interactiven Spot-Ending im Bewegtbild bei RTLnow.de und VOXnow.de

Düsseldorf, 10. März 2011

Mit einer innovativen und aufmerksamkeitsstarken Bewegtbild-Maßnahme im Internet präsentiert sich ab sofort die Deutsche Postbank AG, Bonn, mit ihrem Produkt „Postbank Giro plus“. Konzipiert und produziert wurde die Kampagne von der Düsseldorfer Agentur Newcast GmbH, der innovativen Entwicklungsagentur im VivaKi-Netzwerk, und gemeinsam mit dem Vermarkter IP Deutschland GmbH, Köln, umgesetzt.

Zur besonderen Bewerbung des „Postbank Giro plus - mit 50 Euro Startguthaben“ verknüpft Newcast ein Pre-Roll aus der klassischen Postbank-Online-Kampagne mit einem additiven Spot-Ending, das die Aufmerksamkeit auf ein begleitendes Postbank-Banner lenkt, über den der User unmittelbar zur Website gelangt, um sich das aktuelle Startguthaben zu sichern.

Unter dem Motto „Hol den Cursor!“ sieht der User nach Ende des Pre-Roll-Spots den Hund aus der klassischen Kampagne prominent vor der Postbankfiliale sitzen. Plötzlich läuft der Hund aus dem Video-Player heraus auf die Webseite. Gleichzeitig setzt sich der reale Mauszeiger, wo auch immer er sich auf der Website befindet, in Bewegung und wandert auf den Hund zu. Der Hund schnappt ihn sich und trägt ihn auf den flankierenden Skyscraper zu, womit die Aufmerksamkeit des Users automatisch gesteuert wird. Im Banner angekommen unterstützen Hund und Cursor die Wahrnehmung der Produktbotschaft und animieren zur Sicherung des Startguthabens per Mausklick.

„Das innovative Ende des Bewegtbildspots verschiebt die technischen Möglichkeiten des Internets über seine Grenzen hinaus und sorgt spielerisch für eine noch deutlichere Klick-Aufforderung bei den Usern“, erläutert Olaf Lassalle, Managing Director Newcast.

„Die Umsetzung zeigt, dass Kreativität nicht beim TV-Spot aufhört. Die neuen Kanäle bieten interessante Möglichkeiten, Bewegtbild und Display miteinander zu verzahnen, um damit eine höhere Aufmerksamkeit für die Marke zu erzielen“, ergänzt Andreas Eckert, Electronic Advertising Postbank.

Das kreative Spot-Ending hat Newcast konzipiert, gedreht sowie produziert und wird bei den Portalen RTLnow und VOXnow zu sehen sein. Für andere Online-Plattformen kommt ein zweites klassisch klickbares Tag-On zum Einsatz.

Online-Media: Zeddigital / Klassische Media: Optimedia / Klassische Kreation: BBDO



Pressemitteilung

Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@vivaki.de Tel. 0211/52 80 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

Video:

http://touchworks.de/kunde/postbank/Pre_Roll/

Achtung! Die hier abgelegte Werbeform ist ein Dummy, d.h. es wird nicht der eigene Mauszeiger gefangen, das funktioniert erst, wenn die Werbeform „live“ geschaltet wird.

Bilder:

Olaf Lassalle:

http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/ MG_059112x18.JPG

Über NEWCAST:

NEWCAST GmbH ist die Innovationsagentur im VivaKi- und ZenithOptimedia-Network und Teil des drittgrößten Kommunikationsnetzwerks weltweit, der Publicis Groupe S.A.. Sie bündelt die Synergien der drei Units NEWCAST, TouchWorks sowie Sparklinx, um die Wünsche nach innovativen Werbeformen, digitaler Kompetenz und kommunikationsstarker Social Media zu erfüllen. Die Unit NEWCAST als Spezialist für die Entwicklung und Umsetzung innovativer, maßgeschneiderter Kommunikationslösungen bietet einzigartige Veredelungen und individuelle Platzierungsmöglichkeiten. Schwerpunkte sind Crossmedia, Product Placement und spezielle TV-Sonderwerbeformen. TouchWorks kreiert zukunftsweisende technische Lösungen innerhalb digitaler Markenführung - Online und Mobile - sowie trendgenaue Konzepte für individuelle iPhone- und iPad-Apps, Augmented Reality und Bewegtbilder. Sparklinx betreut Werbuntreibende bei allen Social Media-Aktivitäten. Die NEWCAST GmbH mit Hauptsitz Düsseldorf wurde 2004 gegründet.