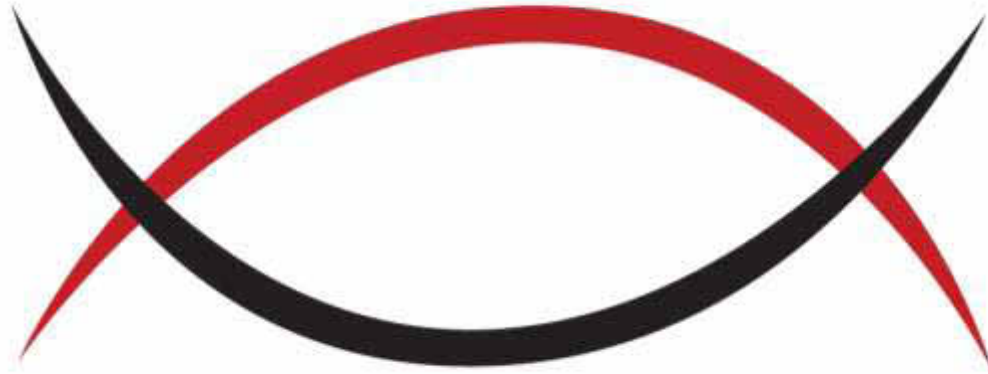




#10 Trends im Branded Content Marketing

#1 Die neue Storytelling Curve

New way of storytelling



'Hollywood' storytelling curve

#1 Die neue Storytelling Curve



#2 Ausreichend Seeding einplanen

„Investitionen in die Verbreitung der Videos sind notwendig.“

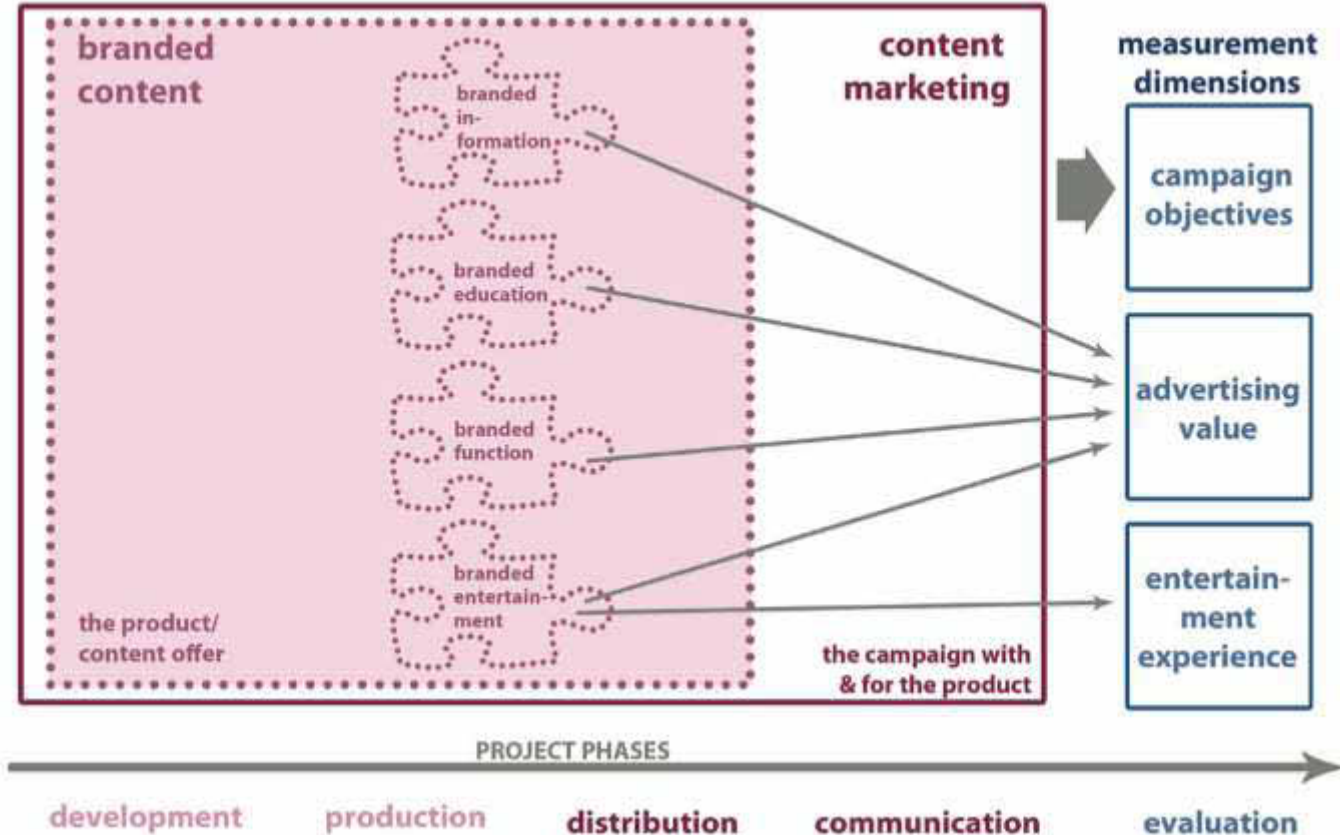
#2 Ausreichend Seeding einplanen



Volvo Epic Split mit Jean-Claude Van Damme
86 Mio Views

<https://www.youtube.com/watch?v=M7Flvfx5J10>

#3 Branded Content KPIs messen



Source:
Sophie Berke, HWK

#3 Branded Content KPIs messen

- Reichweite
- Image
- Engagement

#4 Multiplikatoren einsetzen

Mercedes #growuplikethis

Transgendermodel Benjamin Melzer

Fotograf Paul Ripke (One Night in Rio)

Hip-Hopper Martin-Stieber

Schauspielerinnen Gizem Emre (Fack Ju Göhte)

Autorinnen Nike van Dinther und Sarah Gottschalk (This is Jane Wayne)

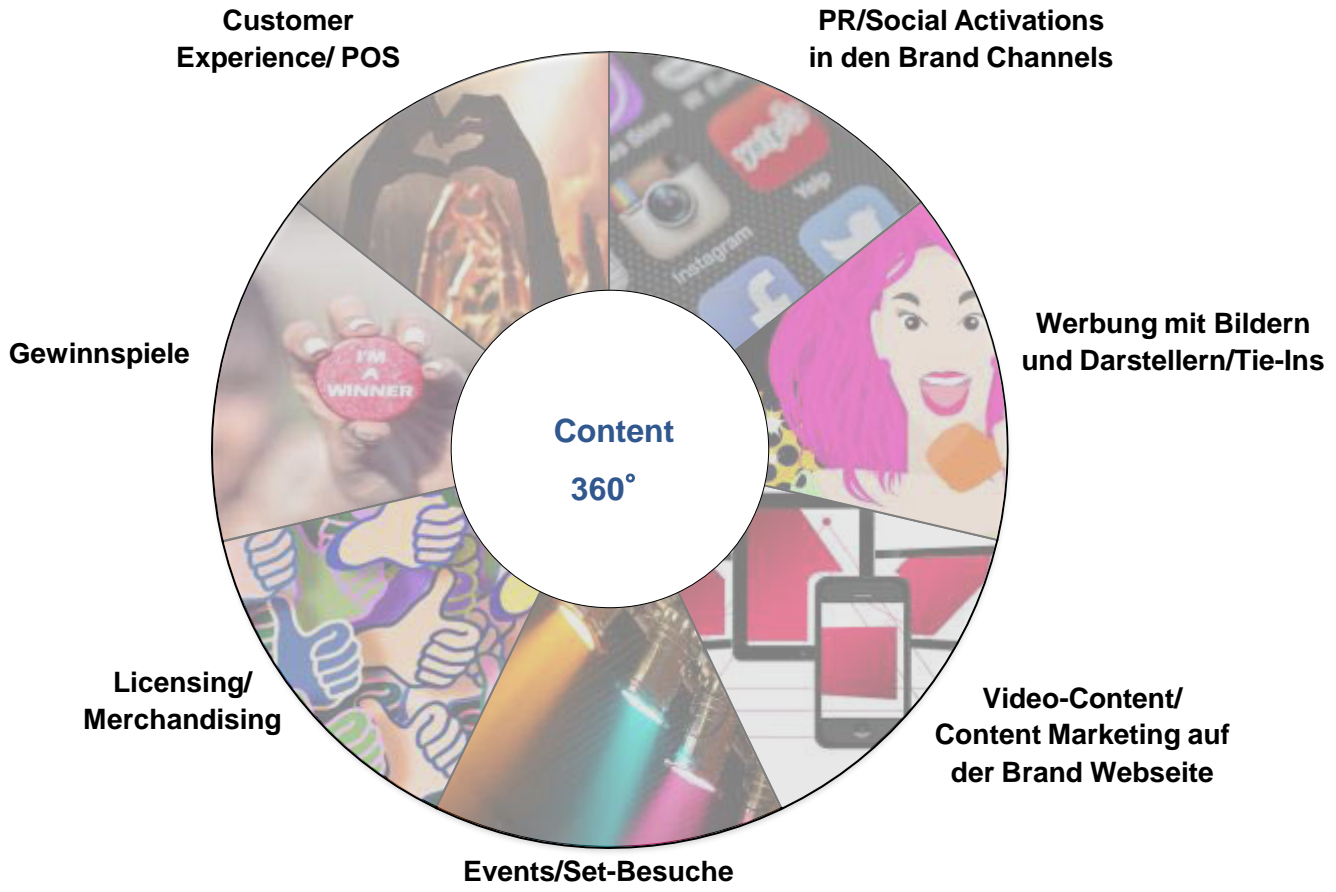
Foodexperte Per Meuerling

Fragen Schauspieler Heiner Lauterbach



<https://www.youtube.com/watch?v=3Hts9FHRQB0>

#5 Touch Points aktivieren



Customer Experience/ POS

PR/Social Activations in den Brand Channels

Gewinnspiele

Werbung mit Bildern und Darstellern/Tie-Ins

Content 360°

Licensing/ Merchandising

Video-Content/ Content Marketing auf der Brand Webseite

Events/Set-Besuche

#6 Seasonal: Weihnachten & Co.

„Wir haben Weihnachten zum deutschen Super Bowl gemacht.“

Source: Jean Remy von Matt, Jung von Matt

#6 Seasonal: Weihnachten & Co.

<https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqRo>



Weihnachten: Edeka #heimkommen
80 Mio Views

<https://www.youtube.com/watch?v=nO9SWdW2Uoo>



Ostern: Mediamarkt #Osterhasenrasen
21 Mio Live-Views



Muttertag: Nivea Ein Teil von Dir
4,4 Mio Views YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=teimERD0Ubs>



Ostern: Netto #DerWahre Osterhase
11,3 Mio Views YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=nd1MrTqnDd0>

#7 Webserien

„Die Webserie kostet weniger als ein TV-Spot und schürt das Interesse über Wochen.“

W&V 22/2017

„Wir machen Grillparty“
für Penny Supermärkte



<https://youtu.be/6xlhjRH0F-Y>

#8 Comedy

„Humor ist unbestritten einer der effektivsten emotionalsten Trigger für Videos.“

Source: Martin Dräger, Unruly

#8 Comedy



Volkswagen: Lachende Pferde
2,2 Mio Aufrufe

<https://youtu.be/OkcP5Od86r0>

#9 Culture Shock

Function Purpose

#9 Culture Shock



Earth – Shot on iPhone

<https://youtu.be/YpUa7YvhUJo>

#9 Culture Shock



Momondo DNA Journey
17 Mio Aufrufe

<https://www.youtube.com/watch?v=tyaEQEmt5ls>

#10 Doku-tainment

„Die besten Geschichten schreibt die
Realität.“

Source: Thomas Luzar, Spin TV

#10 Doku-tainment



<https://www.youtube.com/watch?v=P2YkqYzAIKU&list=PL0nyHde37tIYp1pu8Bwi8A4Hz9VbvMaQk>

<https://www.youtube.com/watch?v=0yeEvjgtDao>

Die Zukunft -Individualisierung und Immersion



<https://www.youtube.com/watch?v=qAzk82VTyaY>



Wir lieben Branded Content.

Machen Sie die
Käufer Ihrer Marke zu
FANS Ihrer Marke.





Branded Content dient allen!

Heineken The Fridge über 6 Mio Views
<https://www.youtube.com/watch?v=yIutgtzwhAc>



Sandra Freisinger-Heinl

Etatgeschäftleitung
MA Media GmbH, München

Telefon: +49 89 5436980
Mobil: +49 171 6981078
Fax: +49 89 54369858
E-Mail: freisinger@mamedia.de



(in Gründung)

