



r gp und eine Uni auf der Suche

Mit einer österreichweiten 360°-Kampagne wirbt die Montanuniversität Leoben um Nachwuchs.

LEOBEN. Die Montanuni Leoben ist als technische Universität mit einzigartiger Ausrichtung bekannt. Durch Neuerungen des Studienangebots werden die Studierenden künftig noch stärker an den Lösungen für ein besseres Morgen arbeiten.

„Gemacht für die Zukunft“, lautet entsprechend der Claim der von der Agentur r gp entwickelten Kampagne. Dabei rücken Studierende in den Vordergrund. „Als Testimonials sind sie nicht nur das Gesicht der Kampagne, sondern auch eine Einladung, mehr über das Studienangebot zu erfahren“, so Stefan Lippert, Creative Director und Managing Partner r gp, über die aktuell laufende Kampagne.

Online sowie offline kann per Klick auf das Werbemittel – oder

per Scan eines QR-Codes – ein interaktives Erlebnis auf der eigens entwickelten Landingpage gestartet und zu guter Letzt ein persönlicher Online-Beratungstermin vereinbart werden.

Von DOOH bis TikTok

Ausgespielt wird die Kampagne überall dort, wo die Zielgruppe zu finden ist – online sowie offline. Auf Social Media mit Fokus auf Instagram, Snapchat, YouTube und TikTok. Als digitale Ads im Umfeld von Gaming und Streaming sowie durch bundesweite OOH-, DOOH- und Print-Platzierungen. Das entsprechende Studienangebot wurde auf einer eigens entwickelten Landingpage inszeniert.

Herzstück der Kampagne ist ein Spot, der in seiner Machart

an einen Blockbuster erinnert und eine absolute Neuheit in der Kommunikation von Universitäten darstellt.

Für die Produktion hat r gp mit der Produktionsfirma

Ppmnext zusammengearbeitet. Regie führte Federico Mazzarisi, welcher die vielfältigen Studiemöglichkeiten aus dem Blickwinkel einer jungen Darstellerin erzählt und visuell in Szene setzt.

3D-Animation inklusive

Abwechslungsreiche Bilder, aufwendige 3D-Animationen und technische Raffinesse unterstreichen die Modernität der Montanuniversität Leoben. Die neue, auf Social Media-Formate spezialisierte Ppmnext-Unit Hype produzierte zahlreiche zusätzliche Social Media-Assets. So wurde u.a. Content für Reels und TikTok kreiert, der aktuelle Trends nutzt. (red)



Breit gefächert

Die Kampagne der Montan-Uni findet sowohl online als auch offline statt.