

# ehrenurkunde

*Dass das eigentlich abgenudelte Konzept User Generated Content immer noch höchst originelle Medienprodukte hervorbringen kann, zeigen drei aktuelle Beispiele aus der Medien- und Agenturwelt. Dabei spielt Otto Normalverbraucher in Werbefilmen mit und baut populäre Websites nach. Und zwei Agenturgrößen bringen ein Weblog in Buchform.*



*In dieser Woche ausgestellt von  
Bert Rösch, Ressort Agenturen*



## Kunden werden zu Werbe-Stars

Das Promotion- und Viral-Marketing-Tool „My Ad Micromovie“ war letzte Woche einer der Höhepunkte der Frankfurter Crossmedia-Messe Marketing Services. Mit My Ad können Unternehmen Kunden oder Mitarbeiter in die eigenen Werbefilme integrieren, zum Beispiel auf Sport-Events oder auf Messen. Prominente Anwender von My Ad sind die Sportkonzerne Adidas und Reebok. Letzterer lässt seine Kunden durch einen Spot joggen, der für die Online-Community Goruneasy wirbt. Die stolzen Hobbyschauspieler leiten die individuellen Streifen anschließend per MMS und E-Mail an Freunde und Bekannte oder stellen sie auf Youtube ein, wo sie teilweise erfolgreicher sind als die Original-Spots.

**AGENTUR:** Micromovie Media