

Multimedia-Agentur

Unter dem Begriff Multimedia – häufig auch als Neue Medien bezeichnet – werden mehrere Bereiche zusammengefasst, in denen sich verschiedene Kommunikationsmittel vereinen: Text, Bild, Ton und Laufbild.

Multimediale Projekte sind auf Datenträgern speicherbar („offline“) oder „online“ elektronisch übertragbar. Multimedia-Spezialisten bieten ihren Kunden einen kompetenten Überblick über folgende Produkte und Themengebiete: CD-ROM, Video, Onlinedienste (Intranet, Internet, Extranet, Web-Channels, Mobile Communication). Die Aufgabe einer Multimedia-Agentur umfasst im ersten Schritt die Analyse des Nutzens einer Präsenz in diesen Medien und der Vorteile, die sie kurz- und/oder langfristig bringen kann. Die Multimedia-Agentur entwickelt Kreativkonzepte, einen multimedialen Streu-/Distributionsplan und berechnet für den Kunden, welche Kosten für diese Maßnahmen zu budgetieren sind.

Weiters zählen zu ihren Tätigkeitsbereichen die Planung und Gestaltung aller relevanten Multimedia-Instrumente sowie die Einbindung von Multimedia-Auftritten in bereits bestehende oder zu entwickelnde Gesamtkommunikationskonzepte. Die Kreativen sorgen für die mediengemäße Umsetzung und nutzergerechte Aufbereitung, erarbeiten für ihre Auftraggeber den bestmöglichen Gesamtnutzen und koordinieren die Zusammenarbeit aller an einem Multimedia-Projekt beteiligten Kommunikationsdienstleister. Hinzu kommen die Überwachung und Kontrolle sämtlicher durchzuführenden Maßnahmen sowie das Veranlassen und Begleiten von Werbewirkungsanalysen, die Verwaltung von Multimedia-Budgets unter Berücksichtigung höchster Sorgfaltspflicht und eine Wirkungskontrolle.

Foto: © alphaspirit / Fotolia.com