

## Case Study: Weblog zu dem Film KRABAT

Zum Kinofilm „KRABAT“ konzipierte und realisierte die u. a. auf Online PR spezialisierte Agentur OMA ein produktionsbegleitendes Weblog, unterstützte bei Content Management und Redaktion. Das Weblog ging während der Drehs im Herbst 2006 online. Unter der Domain [www.krabat-blog.de](http://www.krabat-blog.de) berichten Filmproducer über Dreh, Set und Postproduktion des Films. Bis zum Kinostart im Herbst 2008 können User seither live an der Entstehung des Films teilhaben und sich in einer aktiven Community über Highlights und Insights austauschen.

Der Blogbesucher erhält Zugang zu authentischen Inhalten der unzugänglichen Welt des Filmdrehs. Ziel war es, zunächst früh Word-of-Mouth für die Verfilmung und deutsche Produktion der Literaturvorlage zu generieren, die folgenden zwei Jahre fortlaufend das Interesse zu halten und Kinogänger für den Filmstart zu sensibilisieren.

Der Schwerpunkt dieser frühen Kommunikation wurde auf das Internet gelegt, weil sich die für die Entertainment Branche relevanten, besonders online-affinen Zielgruppen hier effizient und individuell erreichen lassen. Das KRABAT Blog wurde - ohne Bewerbung - bis April 2008 von 74.681 Personen besucht, insgesamt wurden 917.430 Seitenaufrufe (Page Impressions) gezählt.

[www.krabat-blog.de](http://www.krabat-blog.de)