

Århus, den 10. september 2007

PRESSEMEDDELELSE

Studerende får til opgave at lave viral video for VisitAarhus

De studerende ved Institut for Medievidenskab på Aarhus Universitet skal i efteråret løse en opgave for VisitAarhus: De skal nemlig lave en viral video og dermed komme med forslag til en helt ny måde at markedsføre Århus på.

I fagterminologien hedder det viral markedsføring, og det er en af tidens "hotteste" markedsføringsmetoder. Det består i, at der lægges en lille video ud på internettet, typisk på adressen YouTube – som derefter forhåbentlig ses af rigtig mange mennesker.

Således fik virksomheden Travelmarket.dk i Vejle lavet en lille video med klip fra den forsmædelige fodboldkamp mellem Danmark og Sverige, som på få dage blev den mest set på Youtube og dermed uden overdrivelse blev en verdenssucces.

I samarbejde med ekstern lektor Louis Thonsgaard fra Institut for Medievidenskab har VisitAarhus derfor nu udskrevet en opgave blandt alle instituttets studerende om at lave en sådan viral video, der skal vise, at Århus er en attraktiv by at besøge. Den primære målgruppe tænkes at være aldersgruppen 20-29 år.

Opgaven skal løses i løbet af efteråret, og de indkomne forslag bliver så bedømt af en minijury, bestående af VisitAarhus' marketingmedarbejdere. Det er derefter hensigten at lægge de bedste forslag på YouTube, forsynet med VisitAarhus' logo.

- Det er spændende at arbejde med nye muligheder og medier, og med de kompetencer, som de studerende ved Medievidenskab besidder, er jeg sikker på, vi får nogle rigtig spændende forslag og bliver i stand til at gøre os nogle værdifulde erfaringer på dette område, siger turistdirektør Jørgen Hansen, VisitAarhus.

Nærmere oplysninger:

Turistdirektør Jørgen Hansen, VisitAarhus, tlf. 87315001, mobil 40286845

Ekstern lektor Louis Thonsgaard, Institut for Informations- og Medievidenskab, tlf. 26721446