

Die interaktive Werbeplattform iFun positioniert sich mit neuen Kampagnen- und Eventtools als Profi für interaktive Werbelösungen

iFun-Effekte für Magna Racino

Neuartige Interaktionen mit Händen und Füßen machen Branding mit Wirkung.

ANDREA KÖHLER-LUDESCHER

Wien. „Die Kernkompetenz von iFun liegt in der Schaffung von einzigartigen Adverainmentlösungen für die Kunden, wie sie etwa aktuell für Magna Racino realisiert wurden“, so Michael Horvath, Marketing- und Vertriebsverantwortlicher bei iFun. „Für die Unterhaltungswelt des Magna Racino hat iFun einen interaktiven Produktfolder geschaffen. Programm-Inhalte der hauseigenen ‚Dinner & Show‘ werden als interaktive Multimedia-Show inhouse am Boden projiziert und involvieren Nutzer als auch Zuschauer durch den Neuheits- und Spaßfaktor.“

Impact durch Involvement

Das Prinzip des innovativen Werbemediums iFun ist simpel und wirksam. Das Entertainment-tool spricht den homo ludens, d.h. den „verspielten“ Kunden, an. Dieser konsumiert intuitiv leicht bedienbare Unterhaltung, welche mit Werbebotschaften kombiniert wird. „iFun ist ein Adverainmentmedium, das es ermöglicht, interaktive Inhalte auf Bodenflächen, Tische, Wände und andere Flächen zu projizieren. Durch eine integrierte Kamera werden Bewegungen erkannt – somit können Personen mit Händen oder Füßen Bild- und Videoeffekte auslösen, mit Spielen interagieren oder andere Reaktionen unterschiedlichster Art bewirken“, erklärt Horvath. „Der Kunde ist von iFun überrascht, erfreut und verlässt das Spiel mit nachhaltigem Eindruck, da er mit hoher Aufmerksamkeit eigeninitiativ involviert war. Wir realisieren so hohen Werbeimpact.“

Auch unternehmensintern gibt es neues Involvement für optimale Schlagkraft: Als starker Partner wurde der Business Angel Quan Business Integration an Bord geholt, welcher die Strategieentwicklung, Teile des Managements und Vertriebes übernommen und umgestaltet hat. Zusätzlich wurde mit Branchenexperten wie Maurizio Berlino, GF Optimedia,

ist sehr flexibel als Promotionslösung, als In-House-Lösung oder für Großprojektionen, die auf den jeweiligen Firmenpartner abgestimmt sind, einsetzbar. Die Palette erstreckt sich von vorgefertigten interaktiven Lösungen, die kostengünstig an das jeweilige Corporate Design angepasst werden, bis hin zur Entwicklung völlig neuartiger und einzigartiger Konzepte, die für den Kunden erarbeitet werden.

Life Ball und Fußball-EM 08

Nachdem namhafte Kunden wie T-Mobile, One und Coca-Cola positive Erfahrungen mit Kampagnen

des Werbetools gemacht haben, wurde die Effizienz als Werbemedium auch durch die Ergebnisse einer Studie des Gallup-Instituts zum Thema „Auffälligkeit und Akzeptanz von iFun“ bestätigt.

Eine der jüngsten Lösungen von iFun war eine Sonderlösung für die Life Ball Après-Party. Über einem Life Ball-Bild liegende Rosenblätter konnten durch Fußbewegungen verteilt werden. „Und aktuell haben wir ein Promotionpaket für die Euro 2008 entworfen, welches derzeit vier Fußballspiele enthält und noch erweitert wird. Für Frühbuche bis 31.12.07 gibt es eigene Bonuspakete“, so Horvath.

Helmut Kammerzelt, FH St. Pölten, und Stefan Unterberg, GF Austria.com/plus (Vorarlberger Medienhaus) ein Beirat gebildet, der mit Know-how zur Verfügung steht.

Kommerz mit Spaßfaktor

Die Grenzen zwischen Werbung, Information und Kommerz verschwimmen bei iFun. Das Tool



iFun sorgte auf der Life Ball Après Party für unterhaltsame Rosenblätter-Effekte.