

# Interaktives Promotion-Tool

*Unterhaltung in Kombination mit Werbeinhalten wirkt. Das innovative Werbemedium iFun vermittelt neben spielerischer Unterhaltung klare Werbebotschaften.*



Beim interaktiven Advertainment-Medium iFUN, das von den österreichischen Innovatoren DI (FH) Daniel Dobler und DI (FH) Philipp Stampfl entwickelt wurde, verschwimmen die Grenzen zwischen Werbung und Information. Informationen, Effekte und Werbeinhalte werden auf Böden, Tische, Wände oder andere Flächen projiziert. Durch eine integrierte Kamera werden Bewegungen erkannt, wodurch Personen mit Händen oder Füßen Bild- und Videoeffekte auslösen können. Werbung mit iFUN wird nicht als aufgezwungen empfunden sondern zur gern genutzten Unterhaltung,

wie viele erfolgreiche Einsätze für internationale Kunden wie T-Mobile, Coca Cola oder die Schweizer Post zeigen. Speziell für die Wiener Lifeball Après Party 2007 wurde eine Sonderlösung angefertigt, die es den Besuchern im Eingangsbereich ermöglichte, über einem Lifeball Bild liegende Rosenblätter durch Hand und Fußbewegungen zu verteilen. Der hochqualitative, interaktive Effekt hat bei allen Besuchern für eine hohe Aufmerksamkeit gesorgt. Beim ersten Euro Trainingslager der Wirtschaftskammer Wien mit über 500 Teilnehmern, das Ende Mai stattfand, wurden spezielle iFUN-EM-Lösungen vorgestellt. Neben innovativen Ballspielen, die im Corporate Design des Kunden gebrandet werden können, wurde ein spezielles iFUN-EM-Package präsentiert, das Fußballspiele zu besonderen Preiskonditionen mit Umfeldaktivitäten kombiniert. Umfragen belegen, daß dies bei der Zielgruppe gut ankommt. Die interaktiven EM-Spiele-Lösungen von iFUN zeichnen sich vor allem dadurch aus, daß kein spezielles Fußballkönnen erforderlich ist und diese daher von einer sehr breiten Zielgruppe mit einem positiven Spielerlebnis genutzt werden können. So wurden auch mehrere interaktive Elfmeter von der Wiener Wirtschaftskammer Präsidentin Brigitte Jank erfolgreich verwandelt. Der Kreativität bei den Entwicklungsmöglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt - egal, ob es sich um eine vorgefertigte interaktive Lösung handelt, die kostengünstig an das jeweilige Corporate Design angepaßt werden kann oder, ob völlig neue Konzepte entwickelt werden. Durch Zusammenschaltung mehrerer iFUN-Geräte können großflächige interaktive Welten geschaffen werden. Bestätigt wurde die hohe Werbewirkung durch eine Studie der Karmasin Marktforschung, dem österreichischen Gallup-Institut: Demnach stehen 89 Prozent der Nutzer iFUN positiv gegenüber. Sie interagieren gerne mit dem Medium und nehmen die Werbebotschaft freiwillig auf ohne sich belästigt zu fühlen. Dementsprechend hoch ist mit 54 Prozent der Impact bei Top-Kampagnen. (bka)