

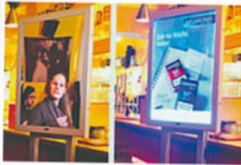
# CLIPPING

## Real & Virtuell - Ray's Lab, Puls 4 und Magic Mirrors - 2/2011

### Mit der realen Card in den virtuellen Raum

Tuesday, 08. February, 2011 | special marketing&medien

Boomerang Mediengruppe: Gemeinsam mit Ray's Lab wurde für Puls 4 eine Augmented Reality-App umgesetzt



Die „MagicMirrors“ wechseln je nach Bedarf zwischen Spiegel und Leuchtplakat.



**Wien.** Die Boomerang Mediengruppe ist seit fast 20 Jahren auf dem Sektor Ambient Media tätig und zählt somit zu den Anbietern der ersten Stunde. Ergänzend zu den Möglichkeiten, die sich aus den technischen Machbarkeiten ergeben, fokussiert Boomerang immer stärker die Erreichbarkeit bestimmter homogener Ziel- und Lifestylegruppen.

Eine dieser Zielgruppen ist der Jugend-Sektor. Boomerang bietet hierfür Werbemöglichkeiten in der jugendaffinen Szenegastronomie, Studentenwohnheimen und Schulen, ergänzend hierzu zum Beispiel „mobile Billboards“ und Promotion. Auch Fitnessstudios und Kasernen können mitgebucht werden, „in Abhängigkeit von der strategischen Ausrichtung und des kommunikativen Schwerpunkts

einer Kampagne“, erklärt Michel van Stralen, Geschäftsführer von Boomerang. „In die technische Qualität der Netze, die Auswahl der Partner und Standorte – die größtenteils exklusiv bei Boomerang unter Vertrag stehen – sowie für laufende Produktinnovationen wird bei Boomerang viel Zeit und Geld aufgewendet.“

#### Interaktiver 3D-Raum

Investitionen, die sich bezahlt machen: „Wir arbeiten permanent an Ideen und Angeboten, um Werbebotschaften originell, aufmerksamkeitsstark und punktgenau zu platzieren. Dieses Jahr legen wir weiterhin unseren Fokus auf Innovationen und Zielgruppenpakete, um weitere Akzente in der Ambient Media Branche zu setzen“, ergänzt van Stralen.

Jüngster Kooperationspartner ist dabei die Neugründung „Ray's Lab“, eine Firma, die sich Online- und Mobile-Applications widmet. „Ray's Lab und Boomerang verbinden zeitgemäße Technologien mit den Funktionen etablierter Medien und schaffen so neue Möglichkeiten für Marketing und Kommunikation“, sagt van Stralen.

So können Boomerang-Cards ab sofort auf völlig neue Art und Weise für Markeninszenierungen genutzt werden, wie ein aktuelles Beispiel zeigt. Für puls4.com wurde eine Augmented Reality (AR) entwickelt, ein digitaler 3D-Raum, in den man mittels eines sogenannten AR-Markers auf den Cards einsteigen kann. Die User können dort den Teilnehmerinnen von „Austria's Next Topmodel“ Fragen stellen. „Ein weiterer Beweis der Innovationskraft von Boomerang und ein gelungenes Beispiel für crossmediale Kommunikation innerhalb jugendlicher Zielgruppen“, freut sich van Stralen.

Zu den Produktinnovationen zählen 2011 auch die Boomerang MagicMirrors: hinterleuchtete, betrachtergesteuerte Werbeflächen. Was zunächst aus der Distanz wie eine normales Leuchtplakat aussieht, wird zu einem Spiegel, sobald sich jemand nähert. So kann an aufmerksamkeitsstarken Indoor-Standorten ein Überraschungseffekt erzielt werden. (red)