

■ United Entertain

3-D-Werbenetzwerk wächst

Die 3-D-Screens kommen auch in Cineplex-Kinos und zu Messen.

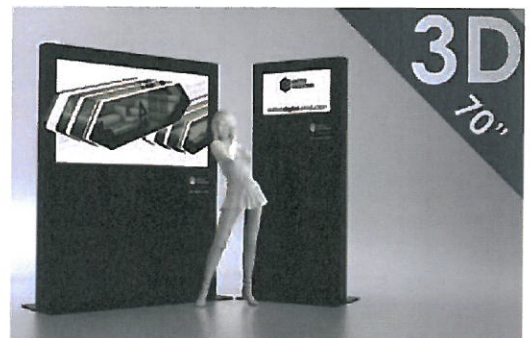
Das Media- und Technologieunternehmen **United Entertain** wächst mit seinem 3-D-Digital-Out-of-Home-System in alle Richtungen: Mit den **Cineplex-Kinos** kommen weitere Filmhäuser als Standorte für die 3-D-Displays und -Stelen hinzu. Die Systeme der Hamburger bieten brillenlose 3-D-Darstellungen, etwa in den Foyers der Kinos. Daneben geht CEO **Frank Buddenhagen** mit neuen Produkten auf weitere Zielgruppen zu: „Neu in unserem Portfolio sind 70-Zoll- und 55-Zoll-Displays. Wir setzen diese hauptsächlich auf Messen ein“, sagt der CEO. „Dazu sind wir mit den großen deutschen Messen im Gespräch.“

Die großen Displays sollen zudem einer weiteren Zielgruppe angeboten werden: Großen Architektenfirmen. Diese kön-

nen dann bei ihren Pitches für Großprojekte ihre Wettbewerbsentwürfe als 3-D-Visualisierungen vorführen. Dabei bietet United Entertain sowohl die Anpassung und das Re-Rendering vorhandener 3-D-Daten als auch die komplette Inhouse-Erstellung an.

Das Werbenetzwerk will Buddenhagen ebenfalls weiter ausbauen. Aktuell umfasst es rund 870 Displays und Stelen. „Bis Ende 2013 wollen wir 2000 Displays im Markt platzieren“, verkündet er.

Die Dreidimensionalität biete sehr gute Werbechancen: „3-D-Bilder und damit auch 3-D-Werbung fallen den Menschen auf und vor allem ins Auge.“ Eine Studie der Universität Tilburg verzeichnete für brillenlose 3-D-Out-of-Home-Werbung knapp 45 Prozent mehr Aufmerk-



3-D-Werbung United Entertain geht mit 3-D-Displays auf Blickfang.

samkeit als 2-D und Absatzsteigerungen von bis zu 8,5 Prozent. *rp*

■ OMS

MOBILE FLIP AD ERWEITERT PORTFOLIO



Sonderwerbeformat
Inhalt der Website dreht sich.

Der Online-Vermarkter **OMS** baut sein Angebot mobiler Werbeformate aus: Ab sofort können Werbekunden in den zur OMS-Tageszeitungs-Kombi gehörenden mobilen Nachrichtenseiten das „Mobile Flip Ad“ buchen. Zu dieser Kombi gehören etwa die mobile Präsenz der **Frankfurter Rundschau**, der **Hamburger Morgenpost** oder **RP Online**. Das „Mobile Flip Ad2“ präsentiert sich in der Form, dass sich der Inhalt der Website dreht und stattdessen eine bildschirmfüllende Anzeige erscheint. Nach Klick des Nutzers auf den Schließen-Button oder nach fünf Sekunden „rotiert“ der Content dann wieder ins Bild. „Der Ausbau mobiler Werbemöglichkeiten steht bei der OMS ganz oben auf der Agenda“, sagt **Dirk von Borstel**, Geschäftsführer der OMS. Mit weiteren Formaten ist also zu rechnen. *rp*

Anzeige

W&V COLLECTION

W&V Collection nimmt 1 Jahr LEAD digital zum Anlass, die wichtigsten Online-Trend 2011/2012 zu beleuchten.

Diese Ausgabe lesen Sie jetzt in der W&V Collection App

Einfach die kostenlose App auf Ihren Tablet-PC downloaden!

Mehr Informationen unter wuv.de/collection

Available on the **App Store**

Get it on **Google play**