



Tanzende Werbescreens

HorizontAusgabe 17/2019 | Seite 10 | 26. April 2019
 Auflage: 11.250 | Reichweite: 32.625

Tunnel23

Tanzende Werbescreens

Tele.ring und Tunnel23 verbinden digitale Außenwerbe-Flächen mit Künstlicher Intelligenz.

Bericht von **Ralf Dzioblowski**

Für die Rückkehr des „schlaun Hits“ von tele.ring hat die digitale Kreativagentur Tunnel23 eine Kampagne geplant und produziert, die zeigt, wie Künstliche Intelligenz im Bereich Digital-Out-Of-Home eingesetzt werden kann. Besucher des Donauzentrums und der SCS konnten erleben, wie tele.ring-Anchorman Sven Sation mit digitalen Werbescreens interagiert und zu den Lieblingshits der Besucher tanzt. Sven reagierte auf den gespielten Tracks der Passanten und fing an sich passend zur Musik zu bewegen.

Technisch möglich macht dies eine Audioschnittstelle, die mittels

Künstlicher Intelligenz erkennt, um welches Musikgenre es sich handelt. Alle Tanzchoreographien wurden vorab durch das 25-köpfige Team von Tunnel23 in einem umfangreichen Dreh mit dem Protagonisten aufgenommen. „Eine umfassende digitale Experience endet nicht am Smartphone, sondern geht noch viel weiter. Mit diesem Case zeigen wir eindrucksvoll, wie neue Technologien auf kreative Art in allen Lebensbereichen eingesetzt werden können

und unterstreichen damit unsere Vorreiterrolle als Digitalabteilung“, erklärt Silvia Lopez, E-Commerce Performance Lead tele.ring, T-Mobile Austria.

„Mit unseren Werbemaßnahmen möchten wir unsere Zielgruppe immer wieder überraschen. Dies ist uns in unserer aktuellen DOOH-Kampagne gelungen, die dank Künstlicher Intelligenz für mehr Aufmerksamkeit sorgt“, so Joanna Klein, Senior Brand Management tele.ring. •

Die neue tele.ring-Kampagne der Agentur Tunnel23 zeigt die Kombination aus Digital-Out-of-Home und Künstlicher Intelligenz und lässt das Testimonial tanzen.
 © Tunnel23

