

Nyt medie drøner ud af Ekstra Bladet

Ekstra Bladets målsætning om at være first-mover på det danske mediemarked giver nuannoncørerne en helt ny mulighed. I dag den 8. maj er Ekstra Bladet nemlig - som det første dagblad herhjemme - klar med Augmented Reality, der gør printannoncering til et overraskende og interaktivt 3D-medie.

Augmented Reality (udvidet virkelighed) er en teknologi, der giver avislæserne en ægte "larger than life" oplevelse. Annoncøren indrykker en annonce, som er ganske almindelig 2-dimensionel, men når læseren holder sin smartphone eller tablet hen over annoncen, bliver den levende med produkter eller andre ting, der ligger som et ekstra 3D-lag oven på den fysiske annonce.

For at kunne opleve annoncer i Augmented Reality (AR), skal man blot downloade en App til sin smartphone/tablet, og derefter kan man som læser opleve alle de gimmicks, annoncøren har lagt ind.

Prøvekøres af Volkswagen UP!

Torsdag den 8. maj slår Volkswagen et ekstra slag for deres nye mikrobil UP! med en annonce på side 11 i Ekstra Bladet. Annoncen viser et grafisk simplificeret bybillede uden bil. Men når man downloader UP!-App'en og holder sin smartphone eller tablet over annoncen, springer der en UP! ud af avissiden, og nu kan man dreje bilen rundt, ændre farve, skifte fælge eller zoome ind på detaljer. Desuden kan man linke direkte til Volkswagens website og dele info om bilen på Facebook.

Nyt liv til trykte media

AR teknologien kan sammenlignes med en avanceret QR kode, der giver trykte medier en ny dimension. "Vi er stolte over at være det første landsdækkende dagblad, der tilbyder Augmented Reality", siger Morten Blichmann, der er udviklingschef i Ekstra Bladet Salg. "Og Volkswagens kampagne er et fint eksempel på den nye teknologis potentiale og de fordele, annoncører får ved at udnytte synergien mellem flere medieplatforme - i dette tilfælde print og online."

Abner en ny verden af muligheder

Applikationen til AR er udviklet af Intertisement og Subsero, og annoncører og bureauer, der vil gøre printkampagner levende, får nu et væld af nye kreative muligheder. Alt kan få liv - biler, støvsugere, møbler, fødevarer - og dreje, bevæge sig, skifte farve og form, demonstrere USP'er etc., så kampagnen får maksimal opmærksom-

hed. Især i startfasen, hvor annoncer med den nyeste teknologi skiller sig allermost ud hos forbrugere.

Volkswagen er godt på vej, og i følge Ekstra Bladet er flere nye AR-annoncører klar til at følge efter.

Gratis seminar om AR

Alle nysgerrige omkring den nye teknologi er velkomne til et seminar om Augmented Reality, der afholdes i PRESSEN, Politikens Hus onsdag den 16. maj. Læs mere og tilmeld dig [her](#)

For yderligere information, kontakt Morten Blichmann på telefon **20 23 65 07/mbl@eb.dk**

Se en demo video af hvordan Volkswagens AR løsning fungerer i Ekstra Bladet [her](#)

Sådan afprøver du selv Volkswagens AR løsning:

- Scan QR koden nedenfor med din smartphone eller tablet.
- Download Appen
- Print annoncen [her](#)
- Åben Appen og hold din smartphone eller tablet over annoncen



Intertisement - AR demo:
<http://vimeo.com/28918925>

Hvem er Intertisement, hvad laver de og hvad har de lavet?

<http://intertisement.com/intertissements>

<http://intertisement.com/ar>

<http://intertisement.com/cases>

Venlig hilsen

EKSTRA BLADET SALG

