

Presseinformation

12. April 2011

Honda präsentiert weltweit ersten „Screen-Hopping“- Werbespot

Neuartige interaktive iPhone App bringt Schwung in TV-Kampagne

Offenbach – Mit einer neuartigen iPhone App, die den Benutzer in die Lage versetzt, auf seinem Handy in Echtzeit mit einem Werbeclip zu spielen, lanciert Honda eine einzigartige Werbekampagne. Die Honda Jazz App ermöglicht dem Betrachter, animierte Figuren mit einem Apple iPhone „einzufangen“, sobald sie in Hondas neuem Fernsehwerbespot „Das Unvorhersehbare im Leben“ auf dem Bildschirm erscheinen. Diese so genannte „Screen-Hopping“-Technologie wird erstmals in einem TV-Spot eingesetzt. Seit 1. April ist der Clip im Fernsehen, aber auch im Honda YouTube-Kanal unter http://www.youtube.com/watch?v=P--lCrZ3Xco&feature=player_embedded zu sehen.

Nach dem kostenlosen Download der iPhone App hat der Betrachter die Möglichkeit, Figuren einzusammeln, die in dem Fernsehspot zu sehen sind. Dabei springen sie anscheinend aus dem Fernseher, Computer oder einem anderen Handy zum iPhone des Benutzers. Dieser kann mit jeder Figur aus dem Film interagieren, beispielsweise einen Space Monkey zum Tanzen bringen, indem er in sein Telefon singt.

Der Jazz Werbespot „Das Unvorhersehbare im Leben“ wurde von Wieden + Kennedy und Nexus entwickelt, dem gleichen Team, das im Jahr 2004 auch Hondas mehrfach ausgezeichnete Kampagne „Hate Something, Change Something“ für saubere Dieselmotoren kreiert hatte. Der im Pixar-Stil gestaltete Spot verfolgt eine Figur, die im Traum durch ihr Leben schwebt und dabei Erfahrungen, aber auch Besitz ansammelt. Hauptdarsteller ist ein Honda Jazz, der sich um die Figuren herum zusammenbaut und die Fähigkeit des Autos aufzeigt, mit allen Aufgaben, die zum Leben einer modernen Familie gehören, fertig zu werden.

Presseinformation

„Diese App erweitert die Erfahrung mit einer Werbekampagne auf innovative Weise. Die Idee des ‚Screen-Hoppings‘ lehnt sich an die Art und Weise an, wie Menschen Medien heute nutzen – und zwar häufig auf mehreren Bildschirmen gleichzeitig“, erklärt Chris Lyon, Mitbegründer von Gravity Mobile, die die App entwickelt haben. „Die App hört zu, erkennt das Audio im Spot und ermöglicht dem Benutzer, mit dem Geschehen auf dem Bildschirm zu interagieren – ganz gleich, ob es sich dabei um einen Fernseher, einen Computer oder ein Handy handelt. Je nachdem, an welcher Stelle des Spots man eingreift, erhält man unterschiedliche Reaktionen. Diese Erfahrung trägt dazu bei, die Aufmerksamkeit des Benutzers zu fesseln, während man ihm die interessanten und einzigartigen Features des Honda Jazz präsentiert.“

Chris Groom und Sam Heath, Creative Directors bei Wieden + Kennedy, erläutern: „Der Honda Jazz ist ein äußerst praktisches Auto; perfekt dafür geeignet, einfach loszufahren und shoppen zu gehen. Seine Aufgaben sind jedoch unvorhersehbar. Man kann nicht wissen, wer wie weit fährt, was er mitnimmt usw. Der Jazz ist speziell dazu konzipiert, mit diesen wechselnden Anforderungen mühelos fertig zu werden. Wir haben versucht, dies auf möglichst unterhaltsame Weise umzusetzen.“

Wie funktioniert das?

Das „Screen Hopping“ basiert auf einer erweiterten Spracherkennung, die den Spot mit dem Soundtrack der Werbung synchronisiert und den Benutzer in die Lage versetzt, in Echtzeit mit den Geschehnissen im Spot zu interagieren. Diese App ist die erste, mit der man Figuren aus einem Werbespot auf ein anderes Gerät übertragen und mit ihnen interagieren kann.

Bei früheren Versuchen in diesem Bereich wurden Augmented Reality-Marker und QR-Codes verwendet, die beide ein großes Engagement auf Benutzerseite erfordern. Diese App „hört“ jedoch ständig auf den Werbespot und ermöglicht dem Benutzer dadurch eine interaktive, „magische“ Erfahrung. Die App wurde so konzipiert, dass der Film auf jedem beliebigen Gerät abgespielt werden kann, sogar auf einem PC oder einem zweiten iPhone, auf dem diese App installiert ist.

Presseinformation

Figuren fangen

Zuschauer mit schneller Reaktion und scharfem Auge haben die Möglichkeit, bis zu vier Figuren aus dem Spot „einzufangen“ und mit ihnen zu spielen. Dabei verfügt jede Figur über ihre eigenen lustigen und bezaubernden Attribute:

- Ein Schmusetier, das einem magischen Pfad folgt. Wenn man das iPhone schüttelt, kann man zwischen Kaninchen, Katze oder Papagei wählen.
- Ein verspielter Welpen, der seinem eigenen Schwanz in verschiedenen Richtungen nachjagt, wenn man ihn kitzelt.
- Ein Space Monkey, der verrückte Tanzbewegungen macht, wenn man in das Mikrofon des Telefons singt oder Musik spielt.
- Ein Balloon Head-Baby, das einen Heißluftballon zum Abheben bringt, wenn man in die Unterseite des Telefons bläst.

Daneben gibt es geheimnisvolle Objekte, die in der Vortext-Szene eingefangen werden können:

- Eine Glückskatze, die dem Betrachter zuwinkt, wenn man sie antippt.
- Ein Schlagzeug, das spielt, wenn man darauf schlägt.
- Ein Flugzeug, das abhebt, wenn man den Propeller anschubst.
- Ein Space Monkey mit Symbolen, die abstürzen, wenn man sie antippt.

Die App ist kompatibel mit iPhone, iPod touch und iPad (Betriebssystem ab iOS 4.0).

Weitere Informationen unter <http://thisunpredictablelife.com/index.php?lang=de>.

