

## "MediaMarter" wurde der Öffentlichkeit vorgestellt



Die Professoren Aloys Ferscha (li.) und Peter A. Bruck präsentieren die neue Werbetechnologie © Johannes Kepler Universität  
Neues Display: Eine neue interaktive Art der Außenwerbung spricht den Betrachter persönlich an

**Linz.** Am 19. Mai stellte Aloys Ferscha, Direktor des Research Studios Pervasive Computing Applications (PCA) der Research Studios Austria Forschungsgesellschaft (RSA FG), im Rahmen der Veranstaltung „Intelligente Werbetechnologien. Was weiß Werbung?“ sein "intelligente" Werbetechnik der Öffentlichkeit vor: Das sogenannte „MediaMarterl“, eine Art "intelligentes City Light", ermöglichte es, die Präsenz und die Entfernung von Personen zu ermitteln und Inhalte zu individualisieren. Außerdem könne es Menschen nach Alter und Geschlecht identifizieren, drahtlos Gutscheine an Mobiltelefone verteilen und die Bestellung von Theaterkarten direkt über das Display abzuwickeln. "Und nicht zuletzt liefert es für jeden Betrachter einen passenden, angenehmen Duft", erläutert der Kopf des Research-Teams, Ferscha. „Das ist ein völlig neues, vorher noch nirgends präsentiertes System. Es hilft Werbeträgern, den Menschen wahrzunehmen, unaufdringlich und einfach mit ihm zu interagieren und über ihn zu lernen.

Anklang fand das „MediaMarterl“ auch vom Veranstalter des Vienna City Marathons, Wolfgang Konrad: „Die hier vorgestellten interaktiven Display-Systeme erlauben uns, für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Vienna City Marathons eine gänzlich neue Experience anzubieten.“ Zustimmung fand es auch von Coca Cola-Kommunikationschef Philipp Bodzenta: „Als weltführender Softdrinkkonzern müssen wir jede Generation von Konsumenten neu für uns gewinnen. Interaktive Displays zeigen genau den richtigen Weg auf.“ Oberösterreichs Tourismuschef Karl Pramendorfer sieht gerade für den Tourismus besondere Möglichkeiten: „Wir brauchen intelligente Systeme, die Orientierungshilfen geben, Informationen vermitteln und Unterhaltungsents in einem anbieten.“