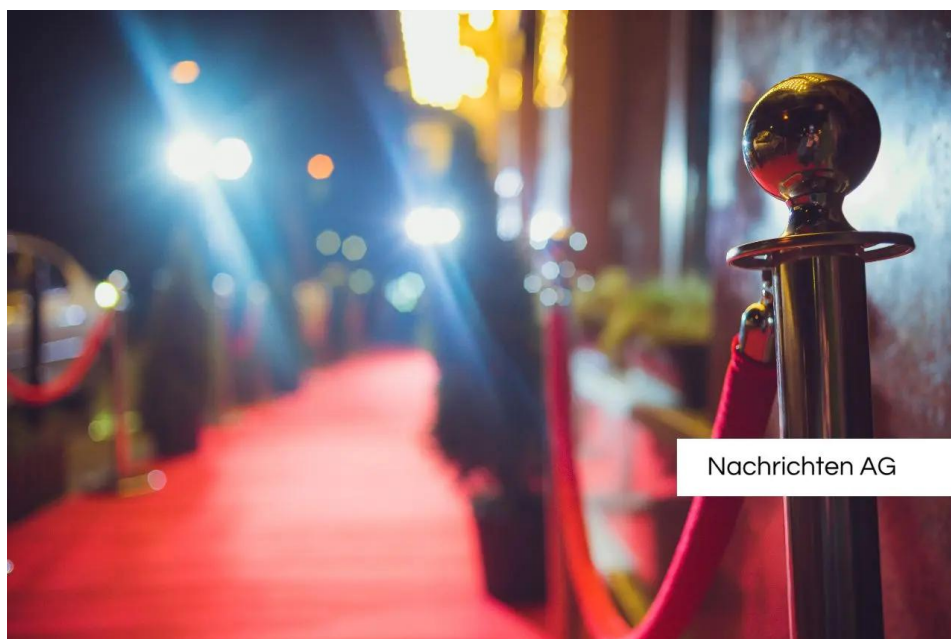


Revolution im Out-of-Home-Marketing: Oberhausen erstrahlt in 3D!

Oberhausen präsentiert den größten deutschen 3D-Screen am Luise-Albertz-Platz, ein Meilenstein in der Digital-Out-of-Home-Werbung.



Ocean Outdoor hat am Luise-Albertz-Platz in Oberhausen den größten deutschen 3D-Screen in Betrieb genommen. Der neue Screen, der sich in der Nähe des Cinestar-Kinos und des Foodcourts im Einkaufszentrum Westfield Centro befindet, hat eine beeindruckende Fläche von 125 Quadratmetern. Diese Dimensionen übertreffen sogar die einer XL-Kinoleinwand und markieren einen bedeutenden Schritt in der digitalen Außenwerbung.

Der Launch des Screens ist Teil der Strategie von Ocean Outdoor, frischen Wind in die Digital-Out-of-Home-Branche zu bringen. Das Unternehmen, das vor gut einem Jahr in den deutschen Markt gestartet ist, zeigt mit diesem Projekt, in

welche Richtung sich die Werbelandschaft entwickeln soll. Trotz anfänglicher Herausforderungen demonstriert Ocean Outdoor nun eindrucksvoll sein Potenzial.

Innovationen im digitalen Bereich

Mit dem neuen 3D-Screen wird die DeepScreen® Alive-Technologie von Ocean Outdoor in Deutschland eingeführt, die am 30. März in einem Webinar vorgestellt wurde. Diese Technologie wurde von Ocean Labs und Ocean Studios entwickelt und nutzt modernste Hardware sowie fortschrittliche Echtzeit-3D-Entwicklungstools. Globale Verfügbarkeit wird auf 24 voll beweglichen Displays in ausgewählten Standorten in sieben Ländern, einschließlich Großbritannien, den Niederlanden und den nordischen Ländern, gewährleistet.

Die DeepScreen® Alive-Technologie zielt darauf ab, das digitale Außenwerbe-Erlebnis durch immersive Unterhaltungsformate zu bereichern. Sie wird von Ocean Vivus unterstützt, das die Unreal-Spiele-Engine integriert, um Echtzeit-Reaktionen und 3D-Interaktivität zu ermöglichen. Dies bietet Marken eine flexiblere Anpassung und die Möglichkeit, die Verbraucherbindung zu erhöhen.

Interaktive Komponenten und Nutzerengagement

Die Features von DeepScreen® Alive umfassen verschiedene innovative Elemente:

- **DeepScreen® Alive Data:** 3D-Kunstwerke reagieren auf Umweltbedingungen (z. B. Lichtverhältnisse, Wetter) und können Live-Daten anzeigen (z. B. Punktzahlen, Aktionen).
- **DeepScreen® Alive Play:** Zuschauer können über mobile Geräte Szenen anpassen, an Spielen teilnehmen und Preise gewinnen.

- **DeepScreen® Alive Collect:** Nutzer können in token-basierten Spielen 3D-Objekte sammeln, einschließlich NFT-Schatzsuchen, in Zusammenarbeit mit SmartMedia Technologies.
- **DeepScreen® Alive 4D:** Diese Funktion integriert reale Effekte wie Audio, Geruch und Nebeldüsen für ein multisensorisches Erlebnis.

Seit dem Rollout von DeepScreen® im Jahr 2021 haben mehr als 100 Kampagnen diese Technologie genutzt. Prominente Marken wie Versace, Gucci und Netflix haben bereits von den Vorteilen dieser Displays profitiert. Untersuchungen zeigen, dass Bildschirme mit vollständiger Bewegung statische Anzeigen um das 2,5-Fache in emotionaler Wirkung und Gedächtnisencoding übertreffen.

Digital-Out-of-Home-Werbung (DOOH) verbindet große Bildschirme mit dynamischen und 3D-Inhalten und bietet kreative Werbemöglichkeiten. Diese sollten mit den Zielen der Marken in Einklang gebracht werden, um Fußverkehr zu generieren, das Markenbewusstsein zu erhöhen oder Gespräche anzuregen. Erfolgreiche Kampagnenbeispiele zeigen, wie wichtig kreative und adaptive Ansätze in der Werbung sind.

Ocean Outdoors neuester 3D-Screen in Oberhausen wird somit nicht nur als technologische Errungenschaft gefeiert, sondern auch als Teil eines größeren Trends in der Werbewelt, der auf Interaktivität und Konsumentenbindung setzt. Veranstalter und Marken können auf ein verbessertes Engagement der Zuschauer hoffen, während die digitalen Präsenzmöglichkeiten weiter wachsen.

Details	
Quellen	• www.horizont.net • oceanoutdoor.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de