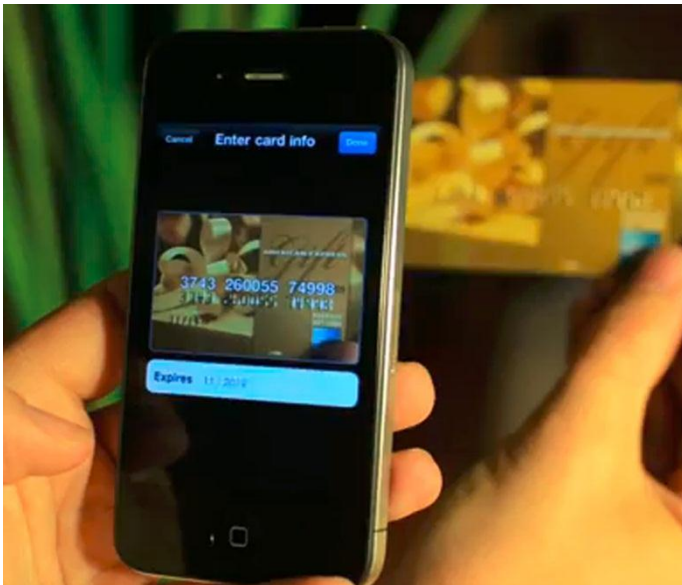


# EXECUTIVE TRENDONE TRENDREPORT

08

2011



**CARD.IO VEREINFACHT  
SHOPPING AUS APPS**

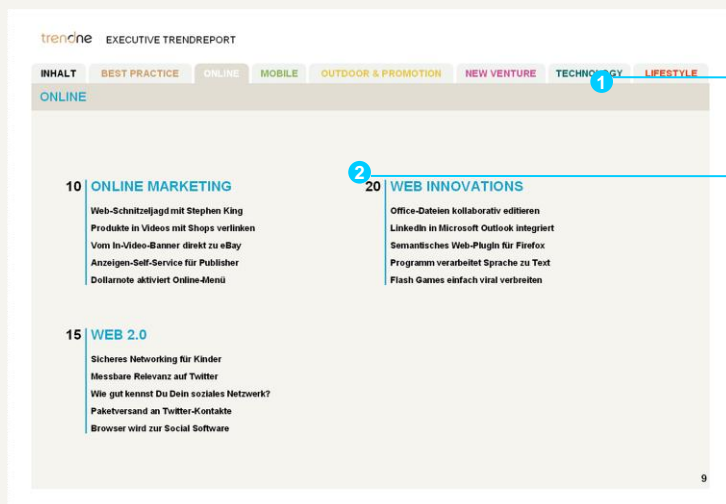


**COUPONING-DIENST FÜR  
GESUNDES ESSEN**



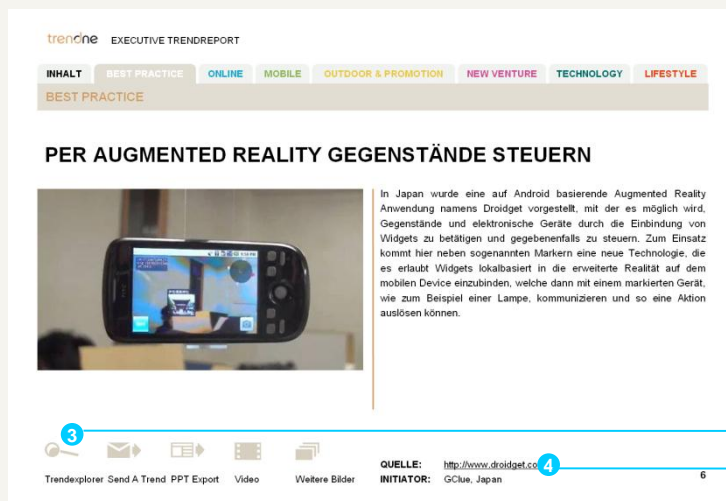
**SUPERMARKT OHNE  
VERPACKUNGEN**

## DIE INTERAKTIVEN FUNKTIONEN IM EXECUTIVE TRENDREPORT



Interaktive Reiter

Micro-Trends



Online-Trenddatenbank

Deeplink

### 1 INTERAKTIVE REITERNAVIGATION

Nutzen Sie die interaktiven Reiter, um per Mausklick direkt zu den Oberkategorien zu gelangen.

### 2 DIREKTE VERLINKUNG DER MICRO-TRENDS

Gelangen Sie per Mausklick zu den Micro-Trends der Trendkategorien.

### 3 VERLINKUNG MIT DER ONLINE-TRENDDATENBANK

#### Trendexplorer

Hier gelangen Sie zu dem Micro-Trend in unserer Online-Trenddatenbank



#### Send a Trend

Mit dieser Funktion können Sie den Micro-Trend an Geschäftspartner und Kollegen weiterleiten.



#### PPT Export

Exportieren Sie den Micro-Trend direkt in eine Powerpoint-Datei.



#### Weitere Bilder

Lassen Sie sich weitere Bilder zu dem Micro-Trend anzeigen.



#### Video

Schauen Sie sich ein Video zu dem Micro-Trend an.



### 4 DEEPLINK

Der Deeplink führt Sie direkt zur Website des Micro-Trends

INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## INHALTSVERZEICHNIS

### 05 | BEST PRACTICE

#### ONLINE

- 11 ONLINE MARKETING
- 16 WEB 2.0
- 21 WEB INNOVATIONS

#### MOBILE

- 27 MOBILE MARKETING
- 32 MOBILE SERVICES
- 37 MOBILE CONTENT

#### OUTDOOR & PROMOTION

- 43 OUT OF HOME
- 48 SENSATION MARKETING
- 53 PROMOTION

### NEW VENTURE

- 59 BUSINESS MODELS
- 64 MEDIA & PUBLISHING

### TECHNOLOGY

- 70 EMERGING TECHNOLOGIES
- 75 RESEARCH & DEVELOPMENT
- 80 COMMUNICATION TECHNOLOGIES
- 85 CONSUMER ENTERTAINMENT

### LIFESTYLE

- 91 DIGITAL LIFE
- 96 MODERN LIFE
- 101 BEAUTY & HEALTH
- 106 EVENTS

08

INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## BEST PRACTICE

### 05 | BEST PRACTICE

Mobile Geräte laden relevante Apps automatisch

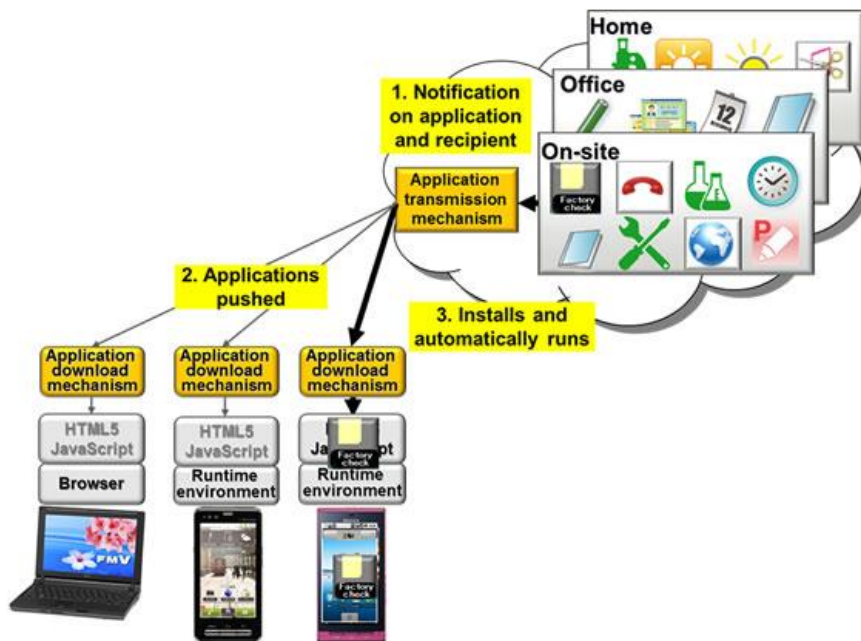
Card.io vereinfacht Shopping aus Apps

Navigation für stromsparendes Autofahren

Hologramme für jedermann

Armband kontrolliert Hand und Finger

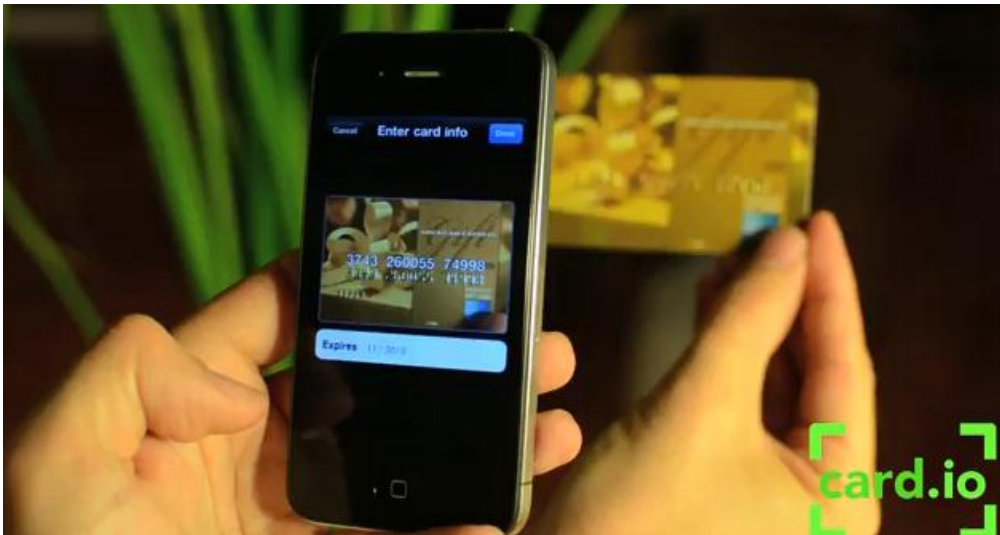
# MOBILE GERÄTE LADEN RELEVANTE APPS AUTOMATISCH



Fujitsu Laboratories hat eine Technologie angekündigt, die es Nutzern ermöglicht, zu ihrer Situation passende Anwendungen direkt auf den Computer, das Handy oder das Tablet zu bekommen. Anstatt für Vorträge oder einen Museumsbesuch Anwendungen zu suchen und dann mit großem Zeitaufwand neu zu laden, sind diese bereits auf einer Online-Plattform abgespeichert und installieren sich von selbst, wenn der Nutzer eine bestimmte Tätigkeit eingibt. Auch das Löschen danach passiert von allein, sodass die Speicherkapazität nicht strapaziert wird und der Nutzer den Überblick behält.



## CARD.IO VEREINFACHT SHOPPING AUS APPS



Die Applikation "card.io" verwendet die Kamera eines Mobiltelefons, um die Daten von einer Kreditkarte zu erkennen. Lästiges Eintippen der Zahlenkombinationen ins Telefon ist daher nicht mehr nötig. Der Nutzer muss mit dem Dienst keine Vertragsbindung eingehen, die Daten werden nicht gespeichert und nur kodiert übertragen. "Card.io" ist vor allem für Entwickler von Apps relevant, um die Schwelle zum Kauf digitaler Inhalte aus einer Anwendung heraus zu senken.



## BEST PRACTICE

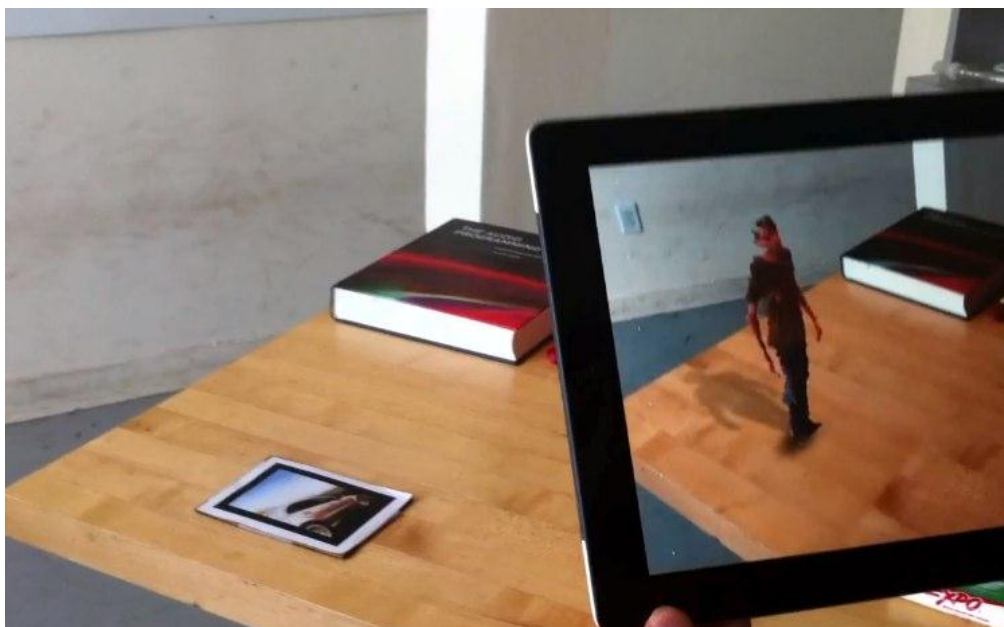
# NAVIGATION FÜR STROMSPARENDES AUTOFAHREN



Der japanische Elektronikhersteller Pioneer hat das erste Navigationssystem für Elektroautos entwickelt, das die Route nach Stromverbrauch plant. Das Gerät berücksichtigt dabei nicht nur die Strecke, sondern auch Faktoren wie Windstärke und Steigung. Zusätzlich wird der Stromverbrauch in den Fahrtpreis umgerechnet und die nächste Ladestation angezeigt. Das Gerät ist jedoch nicht nur Navigationsgerät, sondern bietet neben einem Farbdisplay zusätzlich Radio- und Fernsehempfang und hat einen integrierten DVD-Spieler.



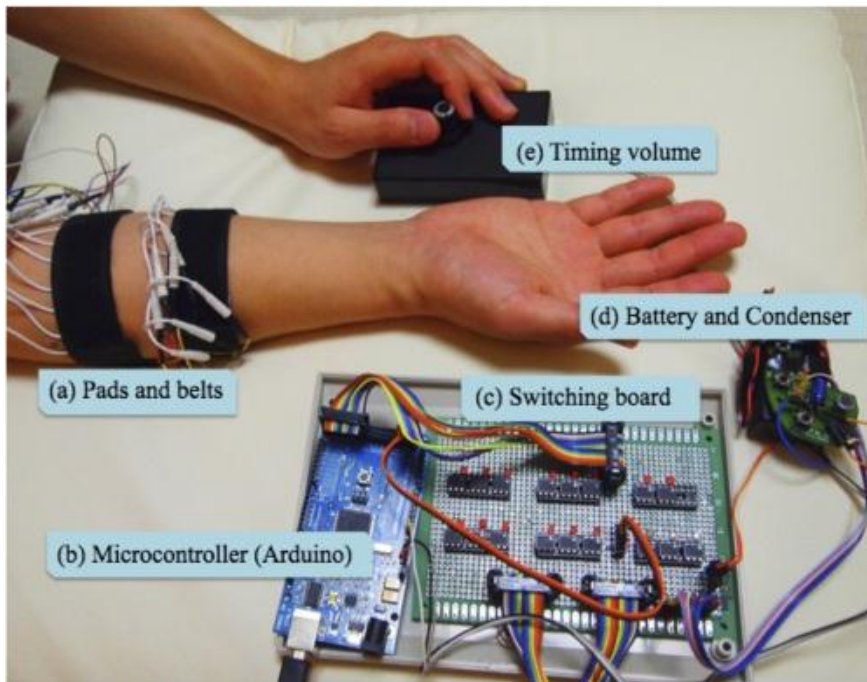
## HOLOGRAMME FÜR JEDERMANN



Das auf innovative Apps für Smartphones spezialisierte Unternehmen Laan Labs hat es mit Hilfe eines Hacks von Microsofts Kinect möglich gemacht, die iPad-Kamera für Augmented Reality-Videos zu nutzen. Dabei werden 3D-Daten von Kinect aufgenommen und kabellos in Echtzeit auf das iPad übertragen, wo sie in das Video eingebettet werden. Das von der Kinect erfasste 3D-Objekt, beispielsweise eine Person, wird dann in das Live-Bild vom iPad eingefügt. So können anspruchsvolle Augmented Reality-Inhalte mit einfachen Mitteln produziert werden.



## ARMBAND KONTROLLIERT HAND UND FINGER



Wer ein Virtuose auf der Geige sein will, aber keine Lust auf stundenlanges Üben hat, sollte sich die "PossessedHand" genauer ansehen. Dieses Gerät, entwickelt von der Universität Tokio in Zusammenarbeit mit Sony Computer Science Laboratories, bewegt die Finger ohne jegliches Zutun des Menschen. Zwei Armbänder mit 28 Elektroden-Pads imitieren die milden elektronischen Stimuli des Gehirns auf die Muskeln der Finger. Bisher können bereits 16 unterschiedliche Bewegungen der Finger und des Handgelenks durchgeführt werden.



INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## ONLINE

### 11 | ONLINE MARKETING

- Online-Reputation als Währung
- Peugeot belohnt geduldige Fans
- Werbung bis zum Laden der nächsten Webseite
- Virtuelles Pferd zum Sieg brüllen
- Brauerei gibt Männern Alibis

### 16 | WEB 2.0

- Google+ integriert NFC-Postings
- Datenschutzrichtlinien lesen und belohnt werden
- Lokales Online-Netzwerk für Offline-Begegnungen
- Geräte über Facebook oder Twitter steuern
- Zuri.net erfindet Social-Media-Soap

### 21 | WEB INNOVATIONS

- Wort einkreisen und direkt suchen
- Anwendung berät beim Kauf von Elektroartikeln
- Das eigene Gedächtnis in der Wolke
- Virtueller Assistent gibt Shopping-Tipps
- Soziale Netzwerk-Apps mit Datenzugriff entlarven

# ONLINE-REPUTATION ALS WÄHRUNG



Das Unternehmen "Klout" aus San Francisco bietet einen Onlineservice an, der den Einfluss einzelner Mitglieder der sozialen Netzwerke Facebook, Twitter und LinkedIn misst. Nun belohnt "Klout" die 100.000 Nutzer mit der höchsten gemessenen Online-Reputation mit Mitgliedschaften beim Online Musik Streaming-Dienst Spotify. So profitiert Spotify von extrem reichweitenstarken Nutzern, die zu Botschaftern der Marke werden sollen. So wird Reputation zur neuen Währung.



## PEUGEOT BELOHNT GEDULDIGE FANS



Die schwedische Agentur Volt hat für Peugeot auf einer eigens eingerichteten Kampagnenseite Autofans aufgefordert, mit einem Mausklick ihre virtuelle Hand auf ihrem Lieblingsauto zu platzieren. Wer das am längsten durchhielt, hatte eine Woche Probefahrt mit diesem Modell gewonnen. Um Schummeleien auszuschließen, wurden zwischendurch immer wieder kleine Tests mit den Nutzern durchgeführt. Ein Nutzer hielt 15 Stunden vor dem Rechner aus und hat sich seine Probefahrtwoche damit redlich verdient.



## WERBUNG BIS ZUM LADEN DER NÄCHSTEN WEBSEITE



Das britische Start-up GapAd hat eine neue Möglichkeit entwickelt, wie Blogs Werbung schalten können. Anstatt sie direkt auf der Seite zu zeigen und so vom eigentlichen Inhalt abzulenken, werden die Banner beim Verlassen der Seite angezeigt. Klickt der Nutzer auf einen Link, wird bis zum Laden der Zielseite Werbung angezeigt. Der Inhalt ist auf den des Blogs und gleichzeitig auf den der folgenden Seite angepasst. GapAd bietet Bloggern somit eine Möglichkeit, mit ihrer Seite Geld zu verdienen, ohne Anzeigen auf ihren Blogs einbauen zu müssen.



## VIRTUELLES PFERD ZUM SIEG BRÜLLEN



Das schwedische Wettunternehmen für Pferderennen ATG hat ein Online-Spiel entwickelt, das das Interesse jüngerer Leute an Pferdewetten wecken soll. Im Spiel feuert der Nutzer sein Pferd an, indem er in sein Mikro schreit, sobald eine Karotte auf dem Bildschirm aufleuchtet. Dadurch erlangt das Tier einen Geschwindigkeitsschub, der den Spieler gegen seine fünf Mitstreiter zum Sieg führt. Laufen die Pferde über die Ziellinie, fotografiert die Webkamera der Spieler automatisch den emotionalen Zustand bei Sieg oder Niederlage des Rennens.



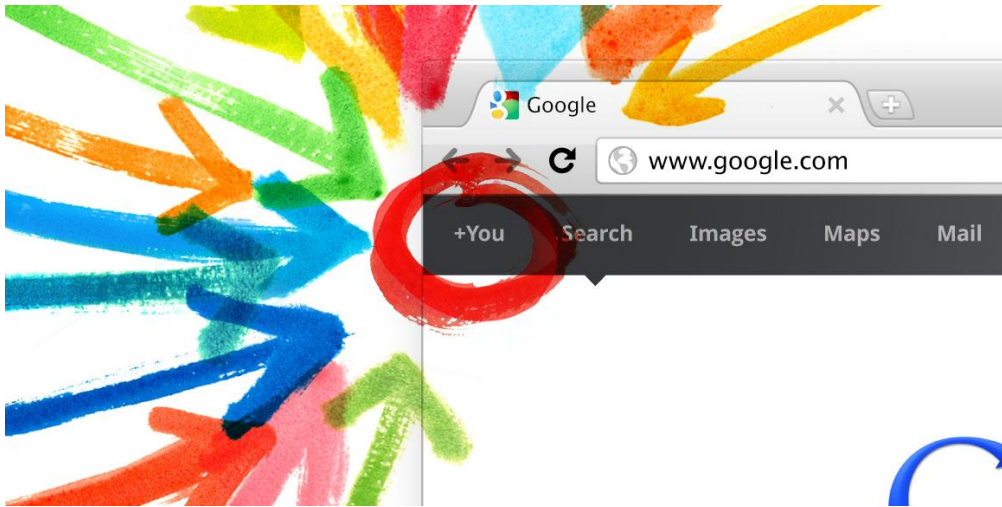
## BRAUEREI GIBT MÄNNERN ALIBIS



Die Brauerei Hasseröder hat ein Online-Spiel herausgebracht, das Männern ein Alibi gibt, damit sie länger mit ihren Freunden Bier trinken können. Beim "Alibigenerator" können die Herren zwischen einem Telefon-Alibi, einem Foto-Alibi oder einem Film-Alibi entscheiden. Bei ersterem sucht man sich ein glaubwürdiges Hintergrundgeräusch sowie die dazugehörige Ausrede aus und kann dann aus der Anwendung heraus Anrufe tätigen. Beim Foto-Alibi wird das Gesicht des Ausredensuchenden in ein Bild, beim Film-Alibi in ein Video eingefügt. Die Ausreden können auch direkt auch bei Facebook gepostet werden.



## GOOGLE+ INTEGRIERT NFC-POSTINGS



Das soziale Netzwerk von Google, Google+, erlaubt es in seiner mobilen Version für Android, Postings mit Hilfe der NFC-Technologie (Near Field Communication) durchzuführen. Nutzer mit NFC-fähigen Mobiltelefonen können so Daten bzw. Links, die per NFC auslesbar sind, direkt und ohne Zeitverlust per Status-Update an ihr Google+-Profil senden. Dabei kann es sich um ortsspezifische Informationen oder Produktinformationen handeln.



## DATENSCHUTZRICHTLINIEN LESEN UND BELOHNT WERDEN



Zynga, Betreiber von Browserspielen wie beispielsweise FarmVille, die innerhalb von sozialen Netzwerken oder auf Internetseiten gespielt werden, bietet nun mit "PrivacyVille" Nutzern die Möglichkeit, etwas über die Datenschutzrichtlinien der Firma bezüglich E-Mail und weiterer privater Daten zu lernen und am Ende dafür belohnt zu werden. Nachdem der Nutzer alle Informationen durchgelesen hat, werden ihm fünf einfache Fragen zum Inhalt gestellt. Für die richtige Beantwortung der Fragen gibt es 200 zPoints in RewardVille, die sich für alle Spiele des Hauses nutzen lassen.



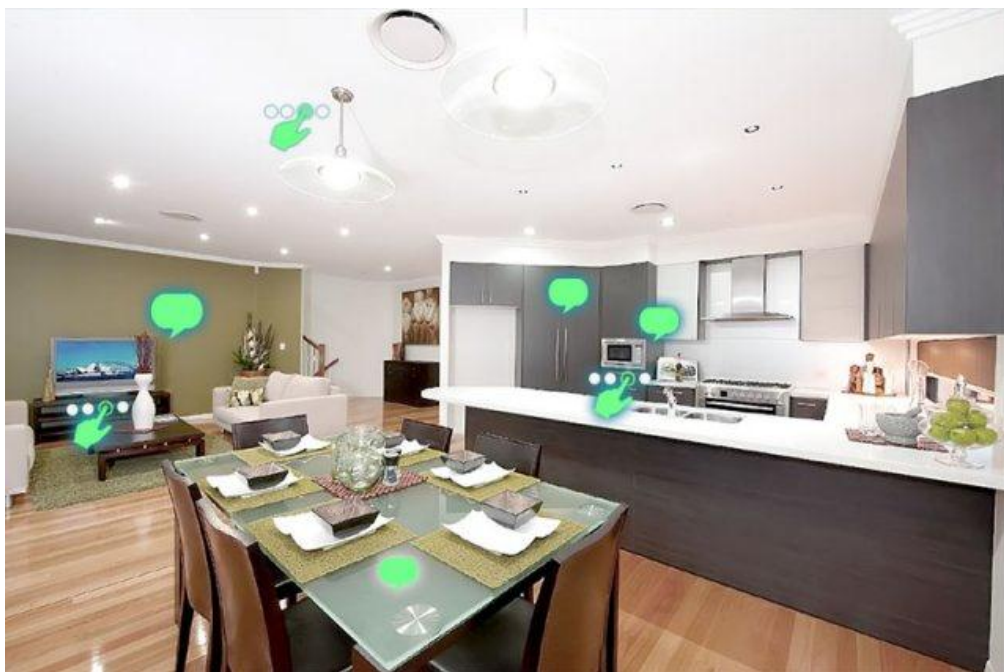
## LOKALES ONLINE-NETZWERK FÜR OFFLINE-BEGEGNUNGEN



Das Hamburger Start-up Spreet.it hat ein gleichnamiges lokales Netzwerk gestartet, das dabei helfen soll, Menschen in unmittelbarer Nachbarschaft offline zusammenzubringen. Registrierte Nutzer können hier "Shouts" veröffentlichen, in denen sie innerhalb eines Radius von maximal 1.000 Metern andere Nutzer um Rat fragen oder sich zu gemeinsamen Aktivitäten verabreden. Gleichzeitig können "Antennen" aufgestellt werden, die die "Shouts" in einem bestimmten geografischen Raum auflisten. Die Nutzer sollen bei "Spreet.it" Kleinanzeigen oder Empfehlungen aufgeben und lesen können, die zu ihren Nachbarn in die wahre Welt führen.



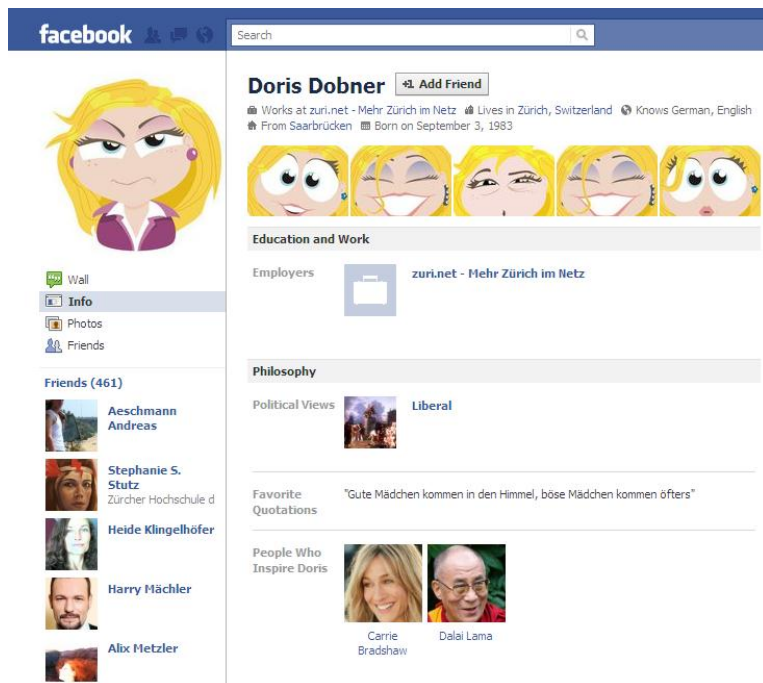
## GERÄTE ÜBER FACEBOOK ODER TWITTER STEUERN



Das Start-up twingz hat die gleichnamige mobile Anwendung "twingz" auf den Markt gebracht. Es handelt sich um einen Online-Nachrichtendienst zum Steuern von elektronischen Geräten. So kann über Twitter beispielsweise die Kaffeemaschine schon von unterwegs aus gestartet oder die Heizung gesteuert werden. Zusätzlich können die Geräte selbst Status-Updates senden. Die Plattform ermöglicht nun auch das Steuern der verbundenen elektronischen Geräte über soziale Netzwerke wie Facebook.



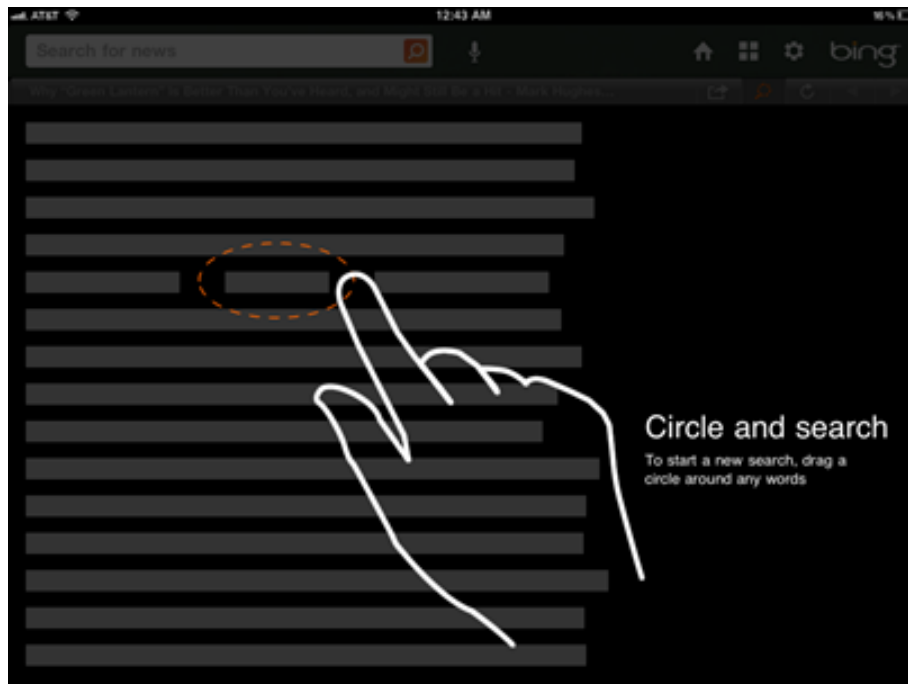
## ZURI.NET ERFINDET SOCIAL-MEDIA-SOAP



Die Onlineplattform Zuri.net, auf der Interessierte über die Stadt Zürich informiert werden, hat eine "Social Media-Soap" ins Leben gerufen, deren Star Doris Dobner über ein eigenes Facebook-Profil verfügt. Doris ist Deutsche, 28, Single und neu in Zürich. Sie wird als Maskottchen, Romanfigur und Mädchen von nebenan positioniert. Doris nimmt Tipps entgegen, bittet um Hilfe und gibt Intimitäten aus ihrem Berufsalltag und Liebesleben sowie die kleinen Hochs und Tiefs, die ein Leben in Zürich unterhaltsam machen, preis. Mehrere hundert Fans zeigen, dass das Projekt gut angenommen wird.



## WORT EINKREISEN UND DIREKT SUCHEN



Microsoft bietet in der neuen Version der Applikation seiner Suchmaschine Bing für das iPad eine Funktion namens "Lasso", die das Suchen im Web vereinfacht. Statt einen Begriff zu markieren und ihn dann in ein Suchfeld zu kopieren, um daraufhin die Suche zu starten, findet die "Lasso"-Funktion der Bing-App sofort passende Treffer zum eingekreisten Begriff und zeigt sie in einem neuen Fenster an. Das Feature funktioniert nur auf dem Touchscreen des iPads.



# ANWENDUNG BERÄT BEIM KAUF VON ELEKTROARTIKELN

**No regrets.**



Das Unternehmen Decide aus Seattle hat eine Anwendung entwickelt, mit deren Hilfe Nutzer beim Kauf von Elektroartikeln beraten werden. Das Ziel ist es, Kunden vor allem darüber zu informieren, wenn kurz darauf der Preis fällt oder ein neues Produkt auf den Markt kommt. Der Nutzer gibt entweder ein spezielles Produkt auf der Webseite ein, was auch über die Online-Anwendung möglich ist, oder lässt sich per E-Mail informieren. Das Programm wertet dann alle verfügbaren Daten aus, um Fehlkäufe zu verhindern.



# DAS EIGENE GEDÄCHTNIS IN DER WOLKE



Changing the way you *search, remember*  
and *manage* your information from  
anywhere on the web.

We're here for you ... just not quite yet.

For an exclusive beta invite, or to be notified when we take the wraps off this baby, sign up below. 100% spam free. We promise. Meanwhile you can visit us at our [blog](#), [Facebook](#) or [Twitter](#).

or [login](#).

Sign Up



What?

egoArchive is your own *personal* search engine. It remembers what you have seen or read on the web and finds it for you.



Why?

Remember that comment a few weeks back that John made? That link that Emily posted - the one you didn't have time to click at the time? Enter egoArchive!



How?

Want to give egoArchive a test drive? Well, it's not quite ready for a good tire kicking yet, but enter your email above and we'll keep you informed on the latest updates and hook you up with a beta invite.

Das Wiener Start-up egoArchive bietet einen gleichnamigen Plug-in-Service an, der seinen Nutzern dabei hilft, schnell und einfach früher aufgerufene Webseiten wiederzufinden. Die Archivierung geschieht automatisch, wobei "egoArchive" eine Momentaufnahme von Webseiten und Streams aus sozialen Netzwerken inklusive Screenshots und Volltext herstellt. Die Daten werden indexiert und kategorisiert in der Cloud abgelegt und können vom Nutzer in einer übersichtlichen Form aufgerufen werden, um eine wichtige Facebook-Nachricht zu finden oder eine vergessene Webseite wieder aufzurufen.



## VIRTUELLER ASSISTENT GIBT SHOPPING-TIPPS



Der Hamburger Anbieter für E-Commerce-Lösungen smatch.com hat eine Anwendung namens "Kaufmannsladen" entwickelt, mit der die Nutzer über zwei Millionen Produkte entdecken können und bei der Suche nach bestimmten Produkten auch auf andere Webseiten hingewiesen werden. Dafür verwendet smatch.com eine Web-Applikation für Google Chrome. Ein Icon am oberen Bildrand zeigt passend zum Suchergebnis auf fremden Seiten eigene Angebote an. Der "Kaufmannsladen" ist kostenlos für den Google-Browser Chrome erhältlich.

## SOZIALE NETZWERK-APPS MIT DATENZUGRIFF ENTLARVEN

			March 9	REMOVE	Unsubscribe
			March 8	REMOVE	Unsubscribe
			March 5	REMOVE	Unsubscribe
			March 2	REMOVE	Unsubscribe
			March 1	REMOVE	Unsubscribe
			February 28	REMOVE	Unsubscribe
	App Removed		1 friends still have this app installed (Click here to notify individuals)		Notify All
			February 28	REMOVE	Unsubscribe
			February 25	REMOVE	Unsubscribe
			February 17	REMOVE	Unsubscribe
			February 9	REMOVE	Unsubscribe
			February 9	REMOVE	Unsubscribe
			February 5	REMOVE	Unsubscribe
			February 3	REMOVE	Unsubscribe

Die US-amerikanische Firma Unsubscribe hat eine Software entwickelt, die in der Lage ist zu überwachen, welche Applikationen über soziale Netzwerke Zugriff auf die eigenen Daten haben. Alle Applikationen, die über Facebook, Twitter oder LinkedIn Zugriff auf persönliche Daten besitzen, werden dargestellt. Viele vom Anwender nicht genutzte Applikationen mit Dateneinsicht können durch eine Einstufung von Unsubscribe kategorisiert werden in: besser löschen, vorsichtig damit sein oder harmlos, also behalten. Gefährliche Applikationen können mit einem Knopfdruck leicht entfernt werden.



INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## MOBILE

### 27 MOBILE MARKETING

- Produkte bewerten über Augmented Reality
- Standortspezifisches Aktivitätenangebot in Echtzeit
- iPhone wird zum Kassenterminal
- Werbeanwendung für mobile Imbissbuden
- Punkte sammeln für einen Cocktailgutschein

### 37 MOBILE CONTENT

- Applikation sucht Fotos passend zur Musik
- Objektivadapter macht iPhone zur Profikamera
- Soziales Netzwerk auf Bubble-Basis
- Stromspartrick verlängert Akku-Laufzeit
- Gnome reisen übers Handy

### 32 MOBILE SERVICES

- iPhone überträgt Berührungen
- App für mehr Verantwortung im Straßenverkehr
- Mobiltelefon erkennt den Anrufer
- Per Applikation spielerisch die Stadt verbessern
- Automatisches Taggen von Fotos

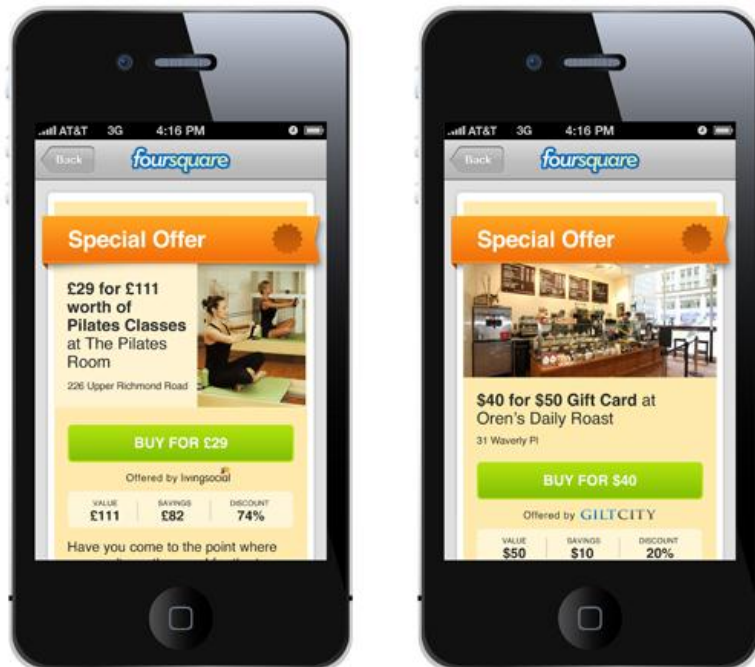
## PRODUKTE BEWERTEN ÜBER AUGMENTED REALITY



Die Applikation "BlippAR" kann auf Basis von Augmented Reality Werbebotschaften oder Bilder einscannen, über Bilderkennung identifizieren und hinterlegte Zusatzinformationen anzeigen. Eine Printanzeige für einen Uhrenerzeuger wird so zum dreidimensionalen Erlebnis, bei dem der Nutzer die verschiedenen Modelle selbst an seinem Arm anprobiert, sie von allen Seiten begutachtet und gleich online bestellen kann. Zudem kann der Nutzer die Produkte bewerten, was anderen Nutzer der Anwendung dann als Entscheidungshilfe zur Verfügung steht.



## STANDORTSPEZIFISCHES AKTIVITÄTENANGEBOT IN ECHTZEIT



Die standortbezogene Handy-Plattform Foursquare und der Onlineanbieter von Freizeitaktivitäten Zozi haben sich zusammengeschlossen und ermöglichen es Nutzern von Foursquare, sich über Angebote in ihrer Umgebung zu informieren und gleich die Tickets dafür per Handy zu kaufen. Die mobile Anwendung von Foursquare bietet Reisenden die Möglichkeit, ihren Standort mit anderen zu teilen und Boni zu erhalten. Nach dem Einchecken an einem Ort erhalten sie jetzt zusätzlich nutzerspezifische Angebote von Zozi basierend darauf, welche Aktivitäten sie schon vorher interessiert haben.



## IPHONE WIRD ZUM KASSENTERMINAL



Das britische Unternehmen Voice Commerce bietet eine mobile Anwendung für das iPhone an, mit der das mobile Gerät in ein Kassenterminal verwandelt wird und Kunden von unterwegs zur Kasse bitten kann. Mit Hilfe von "CashFlows Portable" kann die Bezahlung mit allen gängigen Kreditkarten am iPhone getätigt werden. Als zusätzliches Sicherheitssystem bietet "VoicePay" den Kunden die Möglichkeit, den Bezahlvorgang über ihre Stimme zu autorisieren. Die getätigten Transaktionen werden über die Anwendung gespeichert und können auch online eingesehen werden.



## WERBEANWENDUNG FÜR MOBILE IMBISSBUDEN



Besitzer einer mobilen Imbissbude können durch die Anwendung „Food Truck FastPass“ nun direkt mit ihren Kunden agieren. Die Anwendung ermöglicht es ihnen, den aktuellen Standort ihrer Imbissbuden auf Google Maps zu markieren und aktuelle Tagesgerichte und Sonderangebote anzubieten. Darüber hinaus beinhaltet „FastPass“ Onlinebestellungen und integriert Groupon und andere Treueprogramme. Durch eine Speicherung der Bestellungen erfährt der Verkäufer, wie viele Ressourcen für den jeweiligen Standort zukünftig nötig sind.



## PUNKTE SAMMELN FÜR EINEN COCKTAILGUTSCHEIN

AROMA OF TOKYO

CHIVAS 18  
GOLD SIGNATURE

合計85pt以上の方全員に  
オリジナルモレスキンノートかオリジナルUSBメモリどちらかをプレゼント  
※応募が終了するまで有効です

さらに抽選で

Chivas Regal 18 Years  
700ml 1本  
18名様にプレゼント

foursquare

サインイン

参加方法は こちら  
応募に関する 注意事項は こちら

Aroma of Tokyo

それは CHIVAS REGAL 18 Years で作られたカクテル。  
東京23区内の18軒のバーで、それぞれのお店がオリジナルの  
Aroma of Tokyo を楽しめるキャンペーンを開催中です。  
またお店訪問時にはもらえるポイントで、プレゼントにも応募できます。

Chivas Regal 18 Years

宝島のブランド。  
香り立つ85のフロアで  
シーバスターカール18年  
ゴールドリグネチャー

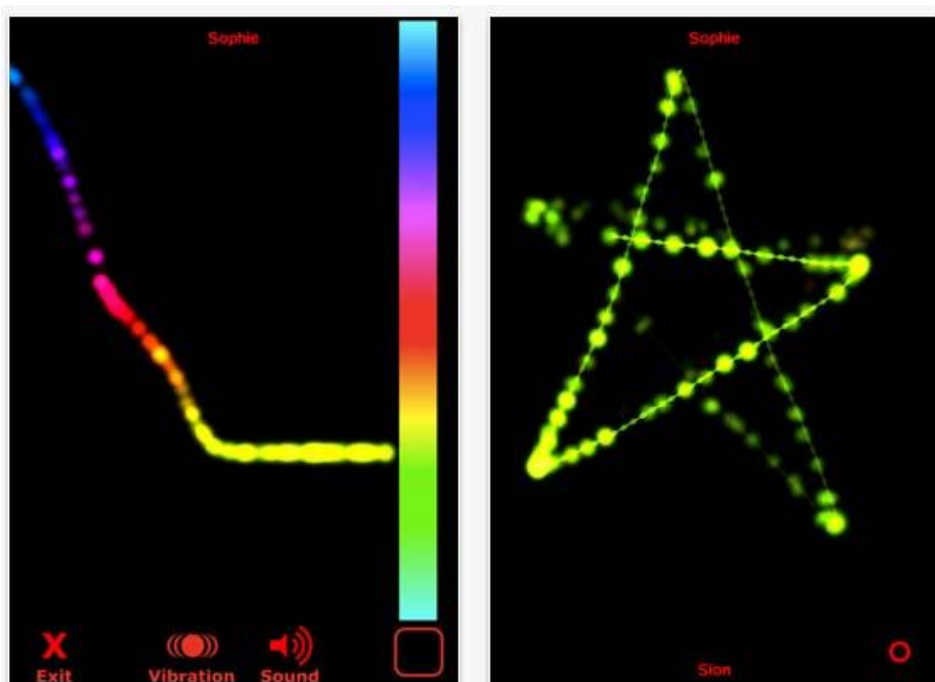
Bar を探すARアプリを  
公開しています。  
アプリのダウンロードは以下から

iPhone版 Iyoyr アプリはこちら  
Android版 Iyoyr アプリはこちら

In Tokio gibt es eine Anwendung von Chivas Regal, mit der Nutzer an bestimmten Orten Punkte sammeln und dann gegen Cocktails oder Geschenke eintauschen können. In Bars und Clubs müssen sie dafür mit Hilfe von Foursquare oder Rocket Touch einchecken und erhalten dann Punkte. Ab einer gewissen Anzahl von Punkten bekommen sie einen Cocktailgutschein für eine der achtzehn teilnehmenden Bars, bei mehr Punkten einen Geldbeutel oder einen USB-Stick von Chivas. Darüber hinaus können sie bei einer Lotterie eine Flasche Whiskey gewinnen.



## IPHONE ÜBERTRÄGT BERÜHRUNGEN



Die mobile Anwendung "iBrator" übermittelt Botschaften, die gefühlt werden können. Mit Hilfe der Applikation können Nachrichten in Form von Zeichen ausgetauscht werden, die von unterschiedlichen Vibrationen und Klängen begleitet werden. Die Stärke der Vibrationen ist dabei von den Berührungen des Absenders auf seinem Display abhängig. Der Empfänger der Botschaft kann zudem den Verlauf der Berührungen sehen. Die Zeichen, die beim Empfänger ankommen, schmelzen mit der Zeit dahin und erinnern an Berührungen, die auch im echten Leben nicht von Dauer sind.

## APP FÜR MEHR VERANTWORTUNG IM STRASSENVERKEHR



Die Werbeagentur Leo Burnett hat für das auf urbanes Leben spezialisierte Magazin "The Village" eine mobile Applikation entwickelt, mit der man alle jemals in Moskau passierten Unfälle sehen kann, die in der Bevölkerung kaum Beachtung finden. Damit wirbt die Zeitschrift für mehr Verantwortung im Straßenverkehr in der unfallreichsten Stadt der Welt. Die Anwendung nutzt GPS, Google Maps und Augmented Reality, sodass der Nutzer durch Scannen seiner Umgebung per Kamera Unfallorte in Form von Symbolen auf dem Bildschirm sieht.



## MOBILTELEFON ERKENNT DEN ANRUFER

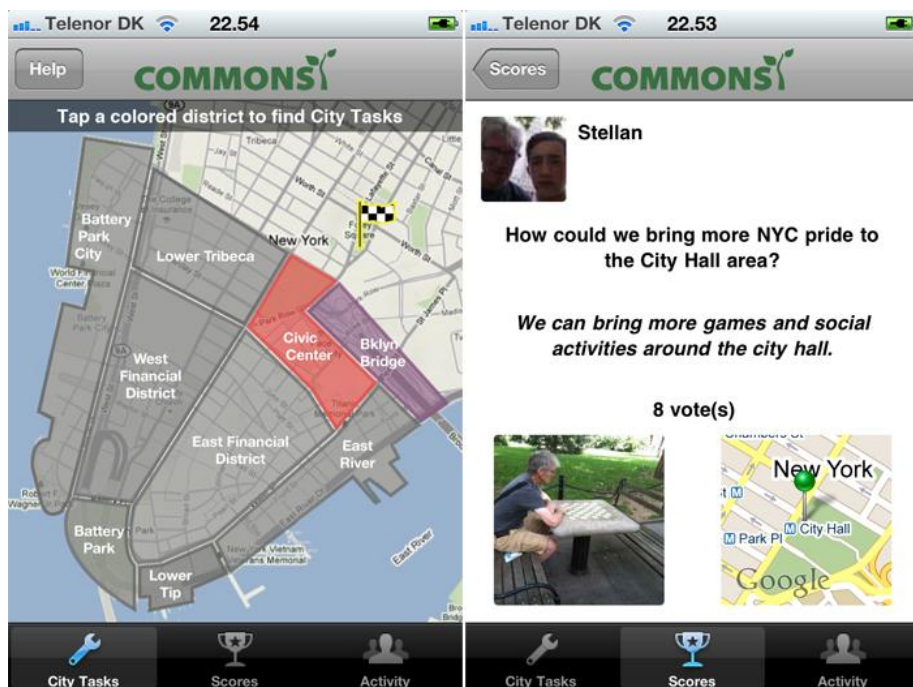


T-Mobile USA hat mit "Name ID" eine Anwendung zur Identifikation von Anrufern in sein Sortiment aufgenommen. Neben dem Namen und der Telefonnummer erfährt der Nutzer auch die Stadt, in der sich der Anrufer aufhält. Das soll Handybesitzern die Entscheidung erleichtern, ob sie den Anruf entgegennehmen wollen. Der Service ist zum Start zehn Tage gratis und kostet dann 3,99 Dollar pro Monat. Entwickelt wurde die Software vom auf Netzwerktransparenz spezialisierten IT-Unternehmen Cequint.



## MOBILE SERVICES

## PER APPLIKATION SPIELERISCH DIE STADT VERBESSERN



Das private Projekt der zwei Programmierer Suzanne Kirkpatrick und Nian Lam soll mit Hilfe der Zusammenarbeit aller New Yorker Bürger Ärgernisse und störende Merkmale in der Stadt beseitigen. Dafür haben sie eine mobile Anwendung entwickelt, die die Stadt als Karte anzeigt, eingeteilt in die einzelnen Stadtteile. Jeder Nutzer, der ein Problem sieht, kann dieses per Klick auf der Karte markieren. Andere Nutzer stimmen dann über die Dringlichkeit ab und gemeinsam sollen diese dann beseitigt werden. Die Anwendung ist spielerisch gestaltet, Badges und Punkte bieten Anreiz, sich zu engagieren.



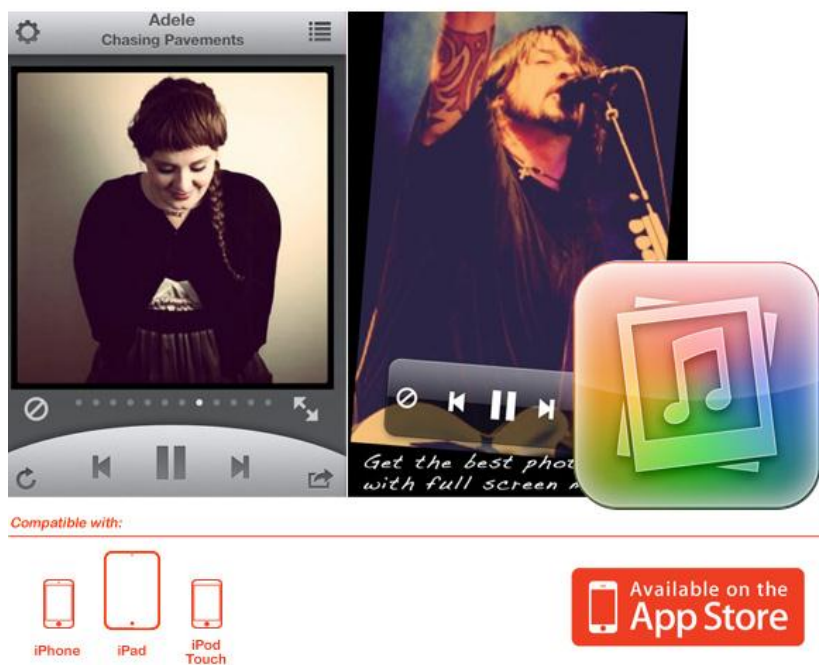
## AUTOMATISCHES TAGGEN VON FOTOS



Eine Gruppe von Studenten der Duke University und der University of South Carolina haben eine Smartphone-App entwickelt, die Fotos automatisch Schlagworte zuordnet. "TagSense" nutzt eine Vielzahl an Sensoren, um die Umstände und Eigenschaften von Fotos sofort zu analysieren. Abgesehen von der Erkennung von Gesichtern und GPS-Daten werden mit der Applikation auch Licht, Bewegung, Wetter und Geräusche erfasst, um Fotos direkt mit passenden Begriffen zu verschlagworten. Das verspricht eine schnellere Bilder-Suche nach Personen, Stimmungen und Momenten.



## APPLIKATION SUCHT FOTOS PASSEND ZUR MUSIK



Die Applikation "Coverjam" versorgt Musikfans während des Hörens mit zur Musik passenden Bildern. Die Software durchsucht dafür die Fotodienste Instagram und Flickr und stellt aus den gefundenen Fotos eine Bildergalerie zusammen. Diese ändert sich dann bei jedem neu angefangenen Lied. Jene Bilder, die dem Nutzer besonders gut gefallen, können aus der Applikation heraus über Facebook, Twitter und per E-Mail mit anderen geteilt werden. Die Applikation ist für iPhone, iPod touch und iPad verfügbar.



## OBJEKTIVADAPTER MACHT IPHONE ZUR PROFIKAMERA



Das New Yorker Start-Up Photojojo hat einen Adapter entwickelt, mit dem Objektiv von Canon- oder Nikon-Kameras am iPhone 4 angebracht werden können. So wird das Telefon mit einer echten Spiegelreflexkamera vergleichbar. Der Adapter funktioniert für Canon nur mit EOS-Objektiven, für Nikon mit allen F-Objektiven. Er ist für etwa 250 Dollar samt Aluminiumgehäuse, Stativgewinde und Kameragurt auf der Seite des Anbieters erhältlich.

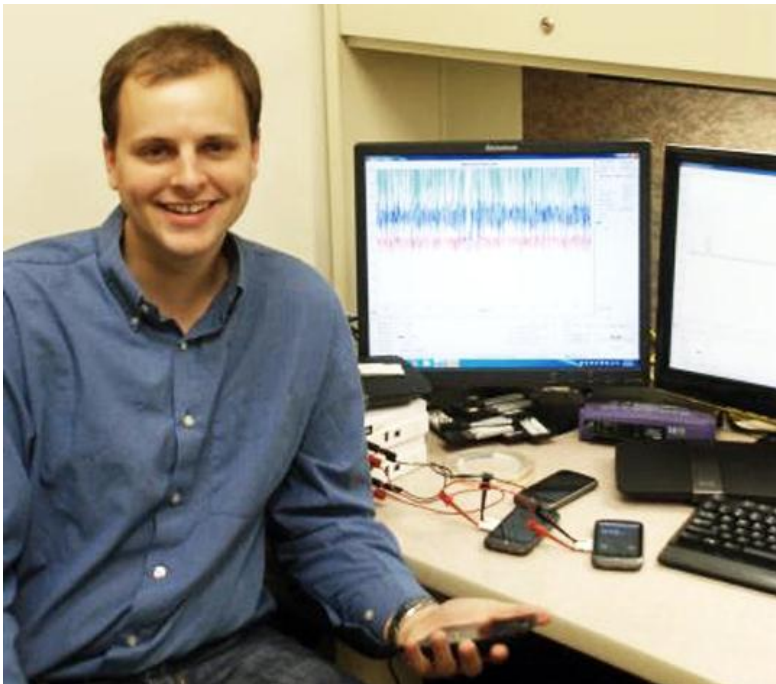
## SOZIALES NETZWERK AUF BUBBLE-BASIS



Der mobile Onlinedienst IgoBubble trägt soziale Netzwerke in die echte Welt. Die Nutzer teilen ihre Erfahrungen an bestimmten Orten der Welt mit jedem, der auch dort vorbeikommt. In Form von so genannten "Bubbles" kann er Gedanken, Bilder, Musik oder Videos an seinem momentanen Aufenthaltsort für andere hinterlassen. Wer sie öffnet, kann sie dann in Echtzeit ergänzen und verändern. Ansonsten sterben sie irgendwann. Nutzer können dabei völlig Fremden Nachrichten hinterlassen oder etwa zu Hause und im Büro einer bestimmten Person.



## STROMSPARTRICK VERLÄNGERT AKKU-LAUFZEIT



Forscher der Duke University können die Laufzeit von Android-Smartphones verdoppeln, wenn sie mit einem WLAN-Netz verbunden sind. Das entwickelte Programm "Sleepwell" versucht, die stromsaugenden Elemente während des Prozesses zu dezimieren. Es kontrolliert dabei, ob andere Clients Übertragungen vornehmen, und teilt auf der anderen Seite eigene Transfers in kleine Portionen. "Sleepwell" ist aber nur bei konstanten Übertragungen sinnvoll.



## GNOME REISEN ÜBERS HANDY



Die US-amerikanische Firma Churn Labs hat mit der Applikation "Gnonstop Gnomes" für iOS und Android eine neue Social Game-Anwendung entwickelt. Sie ermöglicht es Nutzern, ihren persönlichen Reisegnom zu erstellen. Er reist überall hin mit und es können Fotos mit ihm gemacht werden. Bereits generierte Gnome eines Freunds können leicht von Gerät zu Gerät übertragen werden. Der Vorgang nennt sich "lyften". Dabei wird der Gnom mit der Kamera eines Geräts vom Screen des anderen abgefilmt und kann von da an auf dem zweiten Gerät genutzt werden.



INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## OUTDOOR & PROMOTION

### 43 OUT OF HOME

Außenwerbung mit integriertem Ladeeffekt

Sticker-Plakat in Amsterdam

Kundenaufmerksamkeit durch interaktive Projektion

Interaktive Wand fördert Städtefreundschaft

U-Bahn-Station wird zur digitalen Lebenswelt

### 53 PROMOTION

Interaktiver Helikopterflug auf YouTube

Unterwäscheverkauf motiviert zur Brustkrebsvorsorge

T-Shirt als Ladegerät

Werbegag sorgt für multimediale Aufmerksamkeit

Cricket-Werbung mit echten Grillen

### 48 SENSATION MARKETING

VW-Promoter mit Mundprothese

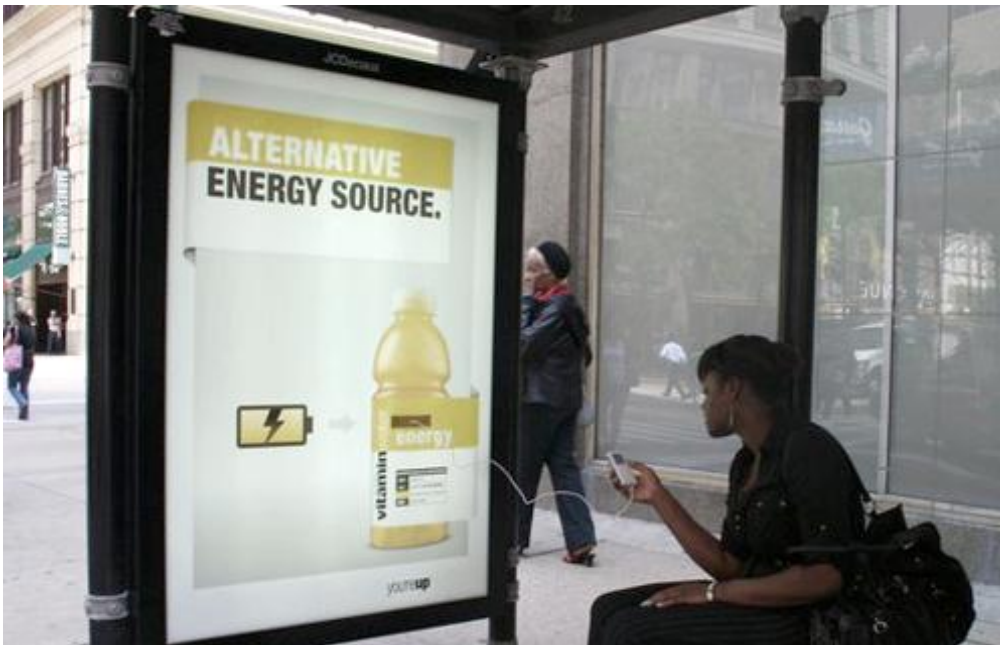
Wrigley versetzt Parktickets mit Minzgeschmack

Maschine kommuniziert via Twitter und Facebook

Coca-Cola-Geldbörsen als Ehrlichkeitstest

Schlumpfdorf zur Filmpromotion

## AUSSENWERBUNG MIT INTEGRIERTEM LADEEFFEKT



Die US-amerikanische Agentur CP+B positioniert den Energydrink "Vitaminwater" in einer Plakatkampagne im wahrsten Sinne des Wortes als alternative Energiequelle. City Light-Poster wurden mit dem Werbespruch "Alternative Energy Source" und einer Flasche des Softdrinks versehen. Um das Wortspiel zu perfektionieren, wurde in jede Flasche ein Ladegerät integriert, an das Passanten mobile Geräte wie ihren iPod einfach zum Aufladen anstecken konnten.

## STICKER-PLAKAT IN AMSTERDAM



Die Werbeagentur Dawn hat für den Amsterdamer Zoo Artis ein Werbeplakat mit Stickern zum Abziehen und Verteilen entwickelt. Grund für die Kampagne ist der Babyboom im Tierpark. Die Sticker haben daher die Form der neugeborenen Tiere in Lebensgröße. Jeder Passant kann ein Bild von einem der in der Stadt verteilten Plakate abziehen und an einem anderen Ort wieder ankleben, sodass diese nun überall auf Gebäuden, Bussen oder ähnlichem zu bewundern sind. Die Werbung zum Anfassen wird nicht nur von Kindern begeistert aufgenommen.



## KUNDENAUFMERKSAMKEIT DURCH INTERAKTIVE PROJEKTION



Um die japanische Bierbrauerei Sapporo in Kanada bekannt zu machen, hat Dentsu eine interaktive Werbekampagne entwickelt. An öffentlichen Plätzen konnten Passanten ihren eigenen Schatten in eine überlebensgroße Projektion in Form einer Figur aus japanischen Legenden verwandeln. Zur Auswahl standen dabei eine Geisha, ein Sumoringer und ein Samuraikämpfer. Das Ganze funktionierte via Bewegungserkennungstechnologien. Ein Video der eigenen Aufnahme konnte dann auf Facebook geteilt werden.



## INTERAKTIVE WAND FÖRDERT STÄDTEFREUNDSCHAFT



Die Tourismusbehörde Torontos hat die Kampagne "The Cheating Wall" gestartet, bei der eine interaktive Wand einen regen Austausch mit den Einwohnern aus Montreal ermöglicht. Die Wand besteht aus riesigen Videobildschirmen, die eine Live-Verbindung nach Montreal herstellen. Einzelne Videopanele mit Kamera, Mikrofon und Lautsprechern sorgen für eine Kommunikation in Echtzeit zwischen den beiden Städten. Damit sollen die Bewohner von Toronto und Montreal, die oft in Konkurrenz zueinander stehen, einander besser kennenlernen.



## U-BAHN-STATION WIRD ZUR DIGITALEN LEBENSWELT



Der Mobilfunkanbieter A1 hat die U-Bahn-Station Stephansplatz in Wien in eine multimediale digitale Lebenswelt verwandelt. Um ihren neuen Markenauftritt öffentlich bekannt zu machen, konnten Passanten sich selbst auf einem riesigen Bildschirm sehen. Dabei wurden Gedanken und Sprüche über ihren Köpfen angezeigt. Außerdem wurden neben Bildschirmen mit dem neuen Werbespot auch Plakate mit integrierten Lautsprechern und QR-Codes, die zum Gratis-Download von Liedern führten, angebracht. Die öffentliche Aufmerksamkeit war damit garantiert.



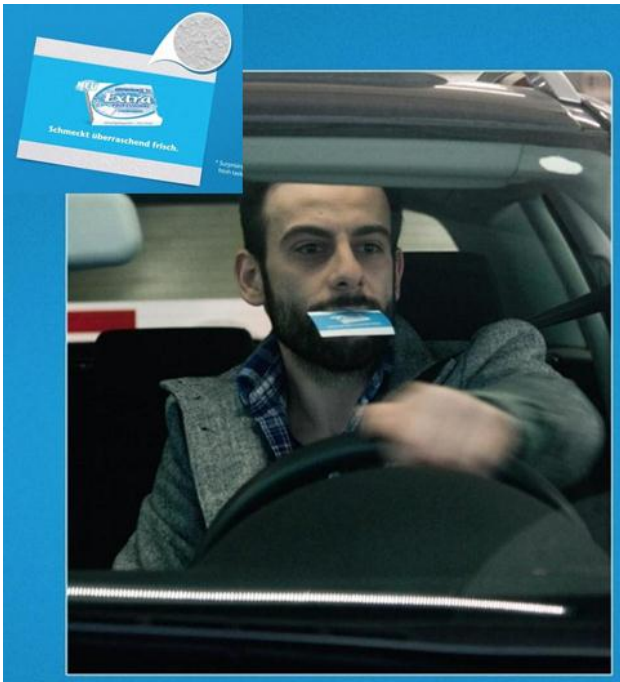
## VW-PROMOTER MIT MUNDPROTHESE



Für den "Golf R" hat die südafrikanische Zweigstelle von Volkswagen bezahlten Promotern die Geschwindigkeit förmlich ins Gesicht geschrieben. Ihnen wurde eine Mundprothese verpasst, die sie aussehen ließ, als hätten sie sehr starken Gegenwind. Durch diese Aufmachung erregten sie große Aufmerksamkeit und lenkten damit den Blick der Passanten direkt auf den Aufdruck ihrer T-Shirts, der für eine Probefahrt warb. Zusätzlich erschien in Zeitschriften eine Werbung mit Bildern des Ganzen, wodurch das Thema Schnelligkeit auf eine witzige Art und Weise vermittelt wurde.



## WRIGLEY VERSETZT PARKTICKETS MIT MINZGESCHMACK



BBDO Germany hat für den Kaugummihersteller Wrigley Parktickets mit Minzstreifen versehen. Der Slogan dazu: "Wir machen diese Gewohnheit zu einem angenehmeren Erlebnis". Die Parkplatzsuchenden, die nicht selten bei der Einfahrt das Parkticket in den Mund nehmen, um die Hände frei zu haben, kommen so in den Genuss einer geschmackvollen Überraschung.



## MASCHINE KOMMUNIZIERT VIA TWITTER UND FACEBOOK



Das holländische Designstudio HEYHEYHEY hat in einem Kunstprojekt eine Maschine mit einer eigenen Online-Identität versehen: Melvin, die magische mischmediale Maschine (kurz Melvin, die Maschine) durchläuft einen vierminütigen Parcours, bei dem sie Fotos und Videos von ihren Zuschauern macht und diese sofort auf ihren Blog, Facebook und Twitter lädt. Der Parcours wurde nach dem Konzept der Rube-Goldberg-Maschine erzeugt, deren Absicht es ist, eine bestimmte Aufgabe in zahlreichen vollkommen unnötigen Einzelschritten auf äußerst umständliche Art und Weise auszuführen, um Spaß zu erzeugen.



## SENSATION MARKETING

# COCA-COLA-GELDBÖRSEN ALS EHRLICHKEITSTEST



Die Coca-Cola Company in Peru hat zusammen mit McCann ein Experiment als Werbekampagne gestartet, bei dem die Ehrlichkeit der Bewohner eines dichtbesiedelten Stadtteil Limas getestet wird. Dafür wurden vereinzelt Geldbörsen im Stadtteil mit 100 peruanischen Soles und der Anschrift des Besitzers platziert, um zu testen, ob Finder der Geldbörsen sie zurückgeben. Etwa 70 Prozent derjenigen, die eine Geldbörse fanden, brachten sie zurück. Als Dank für ihre Ehrlichkeit überraschte Coca-Cola sie dort mit einer Party.



## SCHLUMPFDORF ZUR FILMPROMOTION



Zur Promotion des neuen Films "Die Schlümpfe 3D" hat Sony ein kleines Dorf in Spanien namens Júzcar blau anmalen lassen. Noch bis zum Herbst kann das von zwölf Malern mit umgerechnet circa 5.000 Litern Farbe bemalte Dorf in diesem Zustand bewundert werden. Gleichzeitig hat Sony den 25. Juni, den Geburtstag des Erfinders der Schlümpfe, zum offiziellen weltweiten Schlumpf-Feiertag erklärt. Als Schlümpfe verkleidete Kinder konnten der Veranstaltung beiwohnen und an zahlreichen Aktivitäten teilnehmen.



## INTERAKTIVER HELIKOPTERFLUG AUF YOUTUBE



Die neuseeländische Luftwaffe RNZAF hat ein interaktives YouTube-Video entwickelt, in dem der Nutzer einen virtuellen Helikopter über die Küsten Neuseelands steuert. Das Video ist ein Livestream über eine Webkamera, die die Sicht aus einem Helikopter simuliert. Über die Pfeiltasten steuert der Spieler das Luftfahrzeug, das sich über eine Modellbauwelt bewegt. Neben dem Sichtfeld der Kamera ist auch eine HUD-Karte eingeblendet, auf der der Anwender Position und derzeitige Missionsziele erkennt. Mit jedem erreichten Missionsziel steigt der Spieler eine Stufe auf und kann neue Herausforderungen annehmen.



# UNTERWÄSCHEKAUF MOTIVIERT ZUR BRUSTKREBSVORSORGE

## HOW CAN BUYING UNDERWEAR SAVE YOUR LIFE?

**THE CHALLENGE**  
To convince women to take a mammogram scan in a country where the late diagnosis of breast cancer causes thousands of unnecessary deaths every year.

**THE IDEA**  
To use a new medium - **THE STORE SECURITY TAG** printed with the headline: 'What a person can miss, a machine will find' and attach it to bras bought in a chain of high-street shops (H&M).  
The tag was attached to the bras at the moment of purchase. The alarm 'beeping' at the gate symbolised how reliable mammographs were at detecting a problem. Thanks to the information on the tag, women were easily able to make an appointment for a mammogram scan.

**THE RESULTS**  
Each tag has, so far, generated several hits on the information website or a call to the telephone info-line. There was a large increase in the number of people seeking information through these channels. In a way, though, the numbers are irrelevant, because even one early diagnosis would make the whole event worthwhile.

**H&M**

PLEASE SEE ATTACHED VIDEO

Um für Brustkrebsvorsorge zu werben, hat die Werbeagentur RSCG Warsaw in einigen H&M-Filialen von Kundinnen Diebstahl-Alarm auslösen lassen. Da Brustkrebs nur mit Hilfe eines Scanners entdeckt werden kann, legten die Kassierer bei Frauen, die Unterwäsche kauften, speziell gestaltete Diebstahlsicherungen in die Tüte. Beim Hinausgehen wurde der Alarm ausgelöst, Helfer klärten dann die Situation auf: Die Sicherungen sollten lediglich die Zuverlässigkeit von Scannern demonstrieren und so zur Kontrolluntersuchung motivieren.



## T-SHIRT ALS LADEGERÄT



Orange hat auf dem britischen Glastonbury-Festival das T-Shirt "Sound Charge" vorgestellt, mit dem Mobiltelefone aufgeladen werden können. Das lärmempfindliche T-Shirt verfügt im Bauchbereich über eine piezoelektrische Spezialmembran im DIN-A4-Format, die Schalldruck in elektrischen Strom verwandelt. Der Strom wird anschließend in einer Batterie gespeichert und kann mit Hilfe eines Ladekabels an das Mobiltelefon übertragen werden. Je lauter die Umgebungsgeräusche, desto mehr Strom kann das T-Shirt produzieren.



## WERBEGAG SORGT FÜR MULTIMEDIALE AUFMERKSAMKEIT



Der Schokoriegel des rumänischen Traditionsunternehmens Rom hat aufgrund seiner Verpackung im Stil der rumänischen Flagge bei der jungen Bevölkerung an Popularität verloren. Um das zu ändern, hat Rom eine Kampagne gestartet, bei der die Verpackung mit der amerikanischen Flagge versehen und Anzeigentext und Werbung in Englisch verfasst waren. Das hatte eine Lawine von Blogpostings und die Gründung vieler Facebook-Gruppen zur Folge, die eine Rückkehr zur alten Verpackung forderten. Nach einer Woche outete Rom die Kampagne als Scherz, was noch mehr mediale Aufmerksamkeit zur Folge hatte.



## CRICKET-WERBUNG MIT ECHTEN GRILLEN



Der britische Cricket-Verband ECB hat zur Promotion des Turniers "Friends Life t20" lebendige Grillen eingesetzt. Im Zuge des "Cricketvertising" wurde der britische Miniaturkünstler Aidan Campbell damit beauftragt, 18 Insekten auszuwählen und zu Werbeträgern umzufunktionieren. Am Ende zierten die Farben und Vereinslogos der teilnehmenden Mannschaften die Rücken der Tiere. Nach einigen Fotoshootings wurden sie in der Nähe der Vereinsstadion, deren Team sie repräsentierten, in die freie Wildbahn entlassen, um ein Zusammentreffen mit Cricket-Fans zu ermöglichen.



INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## NEW VENTURE

### 59 BUSINESS MODELS

Im Nachhinein den günstigsten Flug buchen

Schokoladendrucker aus England

Gesamte Online-Präsenz mit QR-Code auslesen

Buchhaltungstool für Start-ups

Pfand entsorgen mit Pfandgeben.de

### 64 MEDIA & PUBLISHING

Interaktion mit Werbung via Xbox

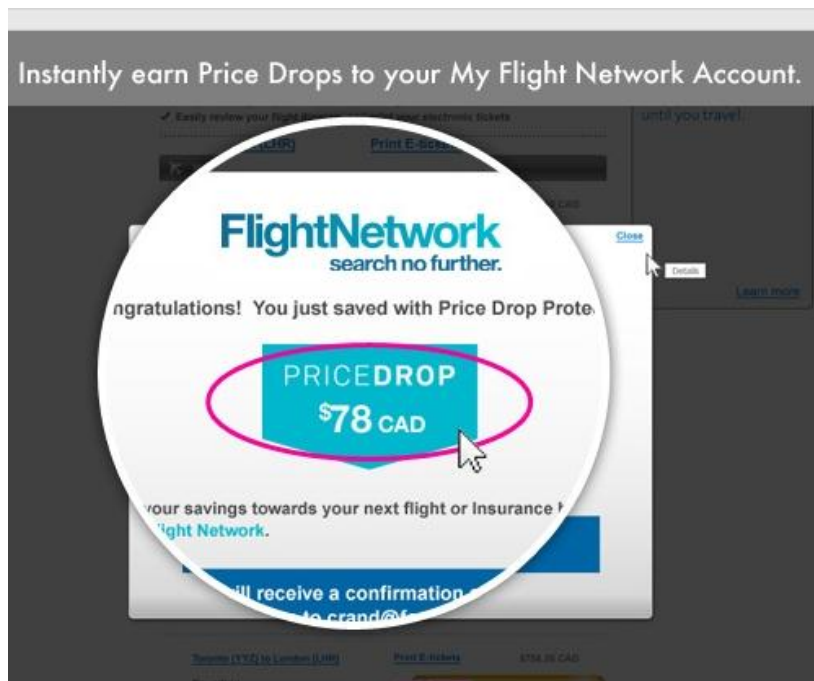
App zeigt Zuschauermeinung in Echtzeit

UV-Lampe zum Lesen von Comics

Leser helfen dem Autor online beim Schreiben

Passender Duft zum Fernsehbild

## IM NACHHINEIN DEN GÜNSTIGSTEN FLUG BUCHEN



Der kanadische Online-Reiseanbieter FlightNetwork erstattet seinen Kunden jetzt im Nachhinein die Preisdifferenz, falls bei einem gebuchten Flug der Preis in der Zwischenzeit gesunken ist. Das Unternehmen schafft sich so eine größere Kundenbasis, da laut Studien die Angst der meisten Kanadier beim Flugticketkauf darin besteht, zu viel bezahlt zu haben. FlightNetwork verwendet hier einen neuen Ansatz, um Kunden an sich zu binden, da andere Reiseunternehmen bisher nur sporadisch komplizierte Bonusprogramme anbieten.



## SCHOKOLADENDRUCKER AUS ENGLAND



Forscher der britischen Universitäten Exeter und Brunel haben gemeinsam mit dem Softwarehersteller Delcam einen Drucker entwickelt, der Schokolade drucken kann. Der Drucker beinhaltet ein innovatives Temperatur- und Heizungs-Kontrollsystem, damit die Schokolade zu jeder Zeit richtig fließt und in gut druckbarem Zustand ist. Die Benutzeroberfläche ist einfach gehalten, sodass Kunden auch in Geschäften schnell ihre eigene Schokolade designen und ausdrucken könnten. Der Einsatz des Druckers soll auf weitere Süßigkeiten ausgeweitet werden.



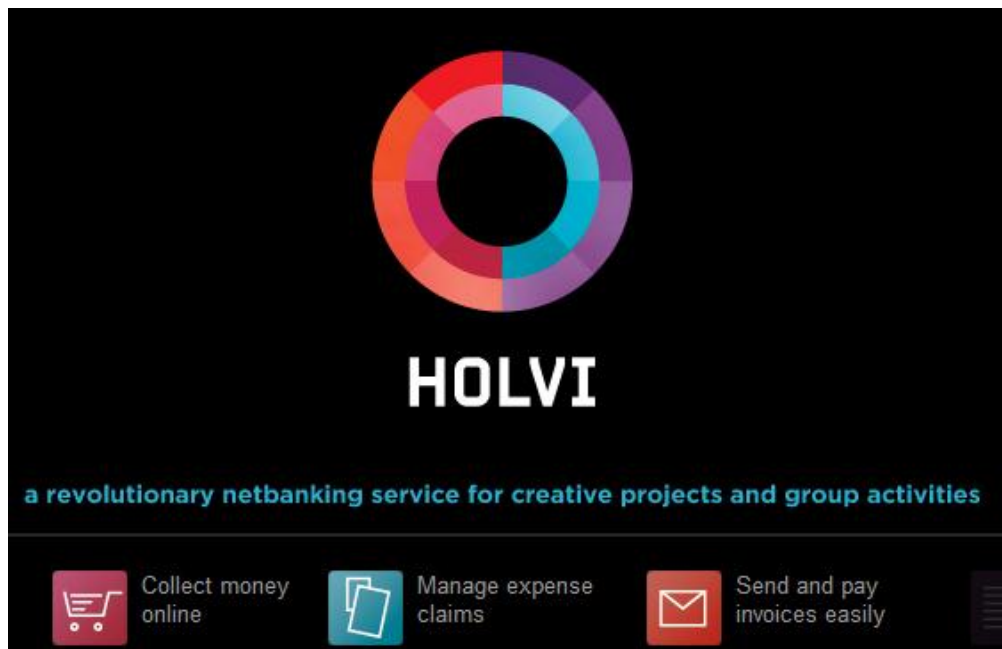
## GESAMTE ONLINE-PRÄSENZ MIT QR-CODE AUSLESEN



Der Onlineservice "Skanz" vereint E-Mail-Adressen, Social Media-Profile und Fotos, die ein Nutzer mit anderen teilen möchte, auf einem Profil und erstellt dafür einen QR-Code. Dieser kann auf der Rückseite des Mobiltelefons oder auf einem eigenen Armband befestigt und mit jedem QR-Lesegerät ausgelesen werden. Innerhalb weniger Sekunden hat das Gegenüber so alle relevanten Daten. "Skanz" fungiert dabei gleichzeitig als digitale Visitenkarte und als Netzwerk-Werkzeug.



## BUCHHALTUNGSTOOL FÜR START-UPS




Gemeinsame Kosten einfach und übersichtlich verwalten – dabei hilft Holvi Start-ups und kleinen Projektgruppen. Die Einnahmen- und Ausgabenrechnung ist dabei vollständig auf Holvi durchführbar, alle Aktivitäten werden in Echtzeit in Form von grafischen Berichten dargestellt. Rechnungszettel können direkt auf die Seite geladen werden, ausstehende Rechnungen werden ebenfalls von Holvi aus per Internetbanking bezahlt. Weil Geld in kleinen Unternehmen häufig knapp ist, bietet die Onlineplattform auf ihrer Seite zusätzlich die Möglichkeit an, T-Shirts oder Tickets zu verkaufen.




## PFAND ENTSORGEN MIT PFANDGEBEN.DE



Du möchtest deinen Pfand  
abholen lassen?

In welcher Stadt?  ?

Wieviele Flaschen ungefähr? 

*Das Prinzip ist folgendes:*  
Wir geben Dir die Handynummern von  
Pfandsammlern in deiner Gegend und Du rufst  
einfach einen an. Hilf Pfandsammlern bei ihrer  
Suche & werde Deine Flaschen los. Viel Spaß!

Wer keine Zeit hat, seine leeren Flaschen zum Supermarkt zu bringen, kann über die Onlineplattform Pfandgeben.de Pfandsammler zu sich bestellen. Nachdem der Nutzer angegeben hat, in welcher Stadt und in welchem Bezirk wie viele Flaschen abzuholen sind, bekommt er die Telefonnummer eines Pfandsammlers in seinem Bezirk, der die Flaschen ohne weitere Kosten abholt. Initiator dieser Idee war Jonas Kakoschke im Rahmen eines Projekts des Studiengangs Kommunikationsdesign an der HTW Berlin.



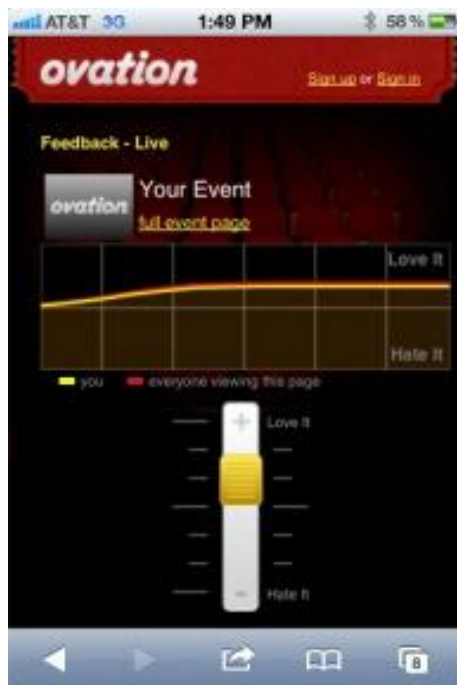
## INTERAKTION MIT WERBUNG VIA XBOX



Auf dem Cannes Lions International Festival of Creativity in Frankreich hat Microsoft das Werbetooll "NUads" für die nächste Generation der Xbox vorgestellt. Dabei soll dem Spieler das Interagieren mit Werbung ermöglicht werden, die während des Spiels, während eines Films oder auf dem Dashboard angezeigt wird. Die Interaktion wird über Sprachbefehle realisiert. Für den Satz „Xbox More“ bekommt der Nutzer per E-Mail mehr Informationen zum Produkt. Auf den Befehl „Xbox Near Me“ hin wird eine Karte angezeigt, die passende Geschäfte in der Nähe auflistet.



## APP ZEIGT ZUSCHAUERMEINUNG IN ECHTZEIT



Mit der mobilen Anwendung "Ovation" können Zuschauer über ihr Mobiltelefon in Echtzeit mitteilen, an welchen Stellen sie ein Video gut oder schlecht finden. Der Zuschauer lädt sich dafür die Applikation herunter und zieht den dort angezeigten Balken nach oben, wenn ihm eine Sequenz gefällt, oder nach unten, wenn er sich langweilt. Der Produzent erhält so automatisch ein Feedback und aus den Ergebnissen aller Zuschauer kann ein Mittelwert für den gesamten Verlauf des Programms ermittelt werden.



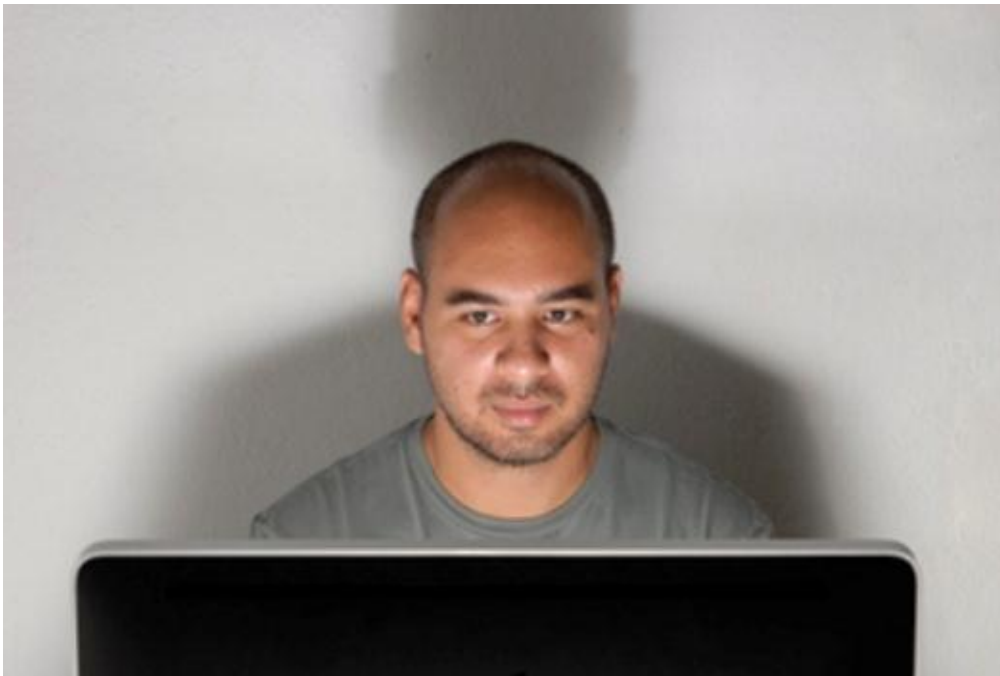
## UV-LAMPE ZUM LESEN VON COMICS



Der englische Autor und Comiczeichner Warren Ellis hat zusammen mit der Agentur BERG die Kunstform des Comics auf ein anderes Level gebracht. In SVK geht es um eine Detektivgeschichte mit – passend zum Genre – versteckten Botschaften, die mittels einer beigefügten UV-Taschenlampe zu entziffern sind. Das Comic wurde mit schwarzer und blauer Schriftfarbe auf Seidenpapier gedruckt. Nur wenn der Leser es gegen das Licht hält, kann er die dritte sonst unsichtbare Schrift erkennen.



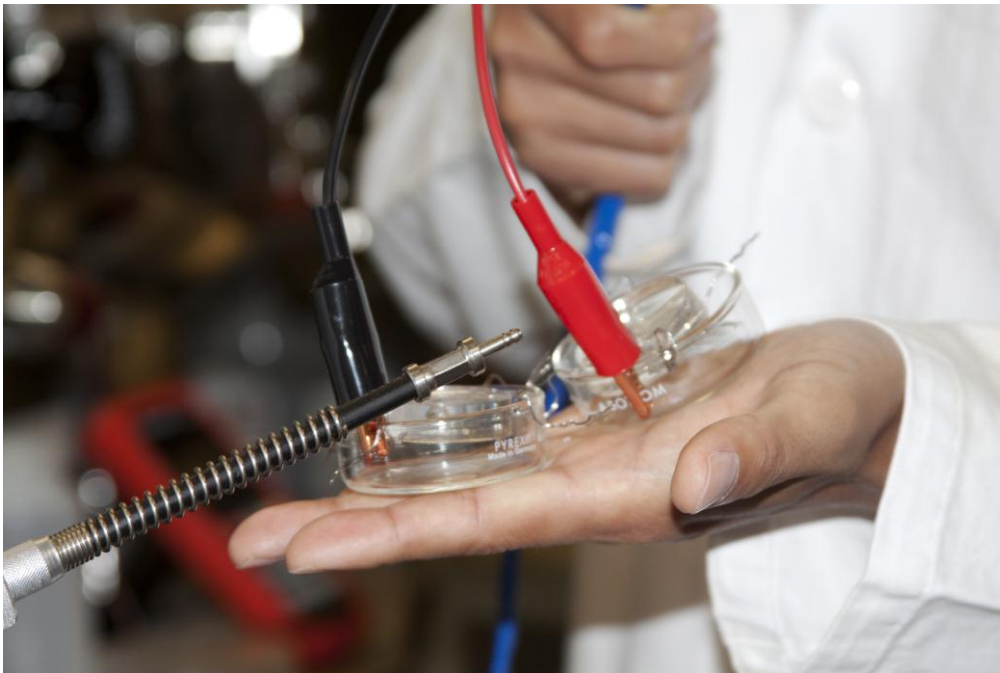
## LESER HELFEN DEM AUTOR ONLINE BEIM SCHREIBEN



Der Vollzeit-Blogger Leo Babauta, bekannt durch die Webseite zenhabits und mehrere veröffentlichte Bücher, schreibt sein neues Buch öffentlich auf Google Docs und mit Hilfe von jedem, der etwas dazu beitragen möchte. Das Buch wird den Titel "The Effortless Life" tragen und soll den Leser zu genau diesem, dem Leben ohne Anstrengung, führen. Die Teilnehmenden müssen sich zum Lesen und Beitragen online registrieren und können dann eigene Erfahrungen hinzufügen oder bereits Vorhandenes bearbeiten. Ihren Namen können sie dabei angeben, dieser wird dann auf der letzten Seite des Buches aufgelistet.



## PASSENDER DUFT ZUM FERNSEHBILD



In Kooperation mit Samsung haben Wissenschaftler an der Universität von Kalifornien in San Diego ein Modul entwickelt, das Gerüche passend zum Bild auf dem Fernseher aussendet. Die kleine Box, die den Duft produziert, soll hinten am Fernseher angebracht werden. Ist der Duftstoff aufgebraucht, wird einfach die Patrone ausgetauscht – ähnlich wie bei Tintenstrahldruckern. Die Entwickler denken dabei auch an den Einsatz in der Fernsehwerbung, zum Beispiel bei Parfums oder anderen Kosmetika.



INHALT

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

## TECHNOLOGY

### 70 | EMERGING TECHNOLOGIES

- Autofahren ohne Hand am Steuer
- Stift schreibt elektrische Schaltkreise auf Papier
- Erst fotografieren, dann fokussieren
- 3D-Drucker nutzt 60 Materialien
- Nano-Tattoo überwacht Blutwerte via iPhone

### 75 | RESEARCH & DEVELOPMENT

- Brille erkennt Stimmung des Gegenüber
- Der biokompatible Speicher
- Elektronisches Papier funktioniert ohne Strom
- Minikamera ohne Objektiv
- Laserstrahlen aus lebenden Zellen

### 80 | COMMUNICATION TECHNOLOGIES

- 3D-Videotelefonie ohne Brille
- Mit Musikhandschuh Sound manipulieren
- Zugriff auf Mobiltelefon von jedem Computer aus
- App verbessert Kommunikation in Unternehmen
- Roboter ahmt Menschen nach

### 85 | CONSUMER ENTERTAINMENT

- Virtuelle Mitfahrt mit dem iPhone
- Reale Sandburg wird zu virtuellem Computerspiel
- Räuber und Gendarm mit NFC
- Über soziale Medien zum Filmprotagonisten werden
- Der Spieler verliert und das Computerspiel stirbt

## EMERGING TECHNOLOGIES

## AUTOFAHREN OHNE HAND AM STEUER

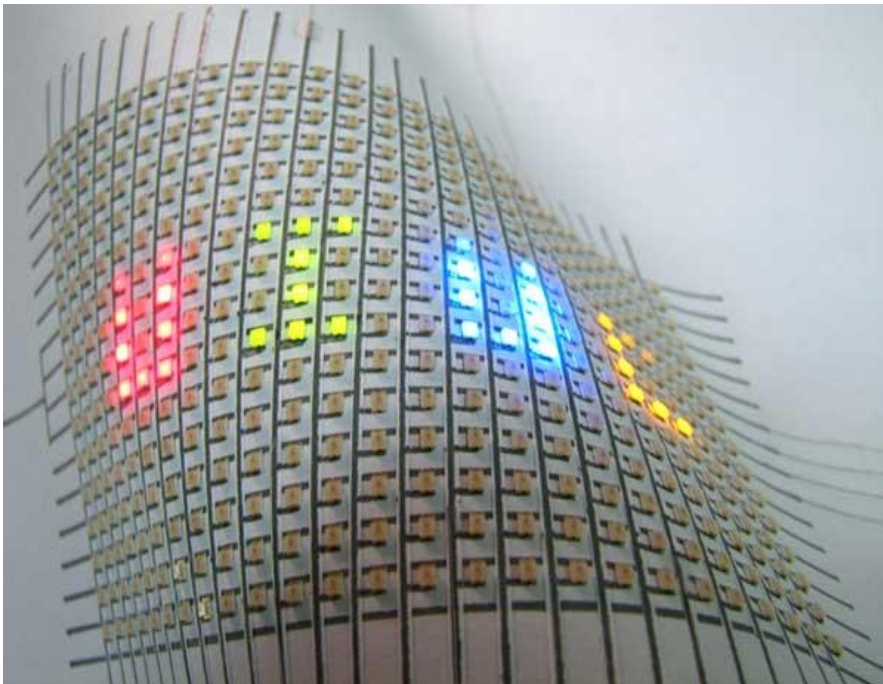


Volkswagen hat das Autopilotensystem "Temporary Auto Pilot" (TAP) vorgestellt, mit dem Autofahrer bis zu 130 km/h fahren können, ohne die Hände am Lenkrad zu haben. TAP soll in monotonen Fahrsituationen wie etwa bei Staus oder geschwindigkeitsbeschränkten Teilabschnitten zum Einsatz kommen. In diesem teilautomatischen Fahrmodus hält das Fahrzeug Abstand zum vorderen Fahrzeug, fährt die Wunschgeschwindigkeit des Fahrers und bleibt automatisch in Fahrstreifenmitte. Zudem ermöglicht TAP das automatische Anhalten und Anfahren im Stau. Der Fahrer bleibt dabei Herr über das Fahrzeug und kann TAP jederzeit deaktivieren.



## EMERGING TECHNOLOGIES

# STIFT SCHREIBT ELEKTRISCHE SCHALTKREISE AUF PAPIER



Forscher der Universität von Illinois haben einen Stift entwickelt, mit dem man elektrische Schaltkreise auf Papier, Holz und flexible Materialien zeichnen kann. In einem Versuch haben sie an solch einen Schaltkreis eine Batterie und LED-Leuchten angeschlossen, die dann tatsächlich funktionierten. Die gemalten Schaltkreise bleiben auch dann leitfähig, wenn das Blatt Papier gefaltet wird. In einem nächsten Schritt wollen die Entwickler weitere Tinten entwickeln, um das Schreiben mit anderen leitenden Materialien zu ermöglichen.



## EMERGING TECHNOLOGIES

## ERST FOTOGRAFIEREN, DANN FOKUSSIEREN



Das Start-up Lytro hat die erste Light Field-Kamera für den täglichen Gebrauch entwickelt. Mit Hilfe dieser Technologie, die 2006 von Forschern an der Stanford-Universität entwickelt wurde, kann das komplette Licht, das sich im Raum bewegt, eingefangen und wiedergegeben werden. Die Bilder können dann nachträglich scharfgestellt und der Fokus beliebig verändert werden. Das ist deshalb möglich, weil die Kamera auch den Lichteinfallswinkel aller Lichtquellen misst.



## EMERGING TECHNOLOGIES

## 3D-DRUCKER NUTZT 60 MATERIALIEN



Die US-amerikanische Firma Objet Geometries hat mit dem "Objet260 Connex" einen preisgünstigen 3D-Drucker auf den Markt gebracht. Der kleine Drucker ist für Ingenieure und Designer konzipiert, um Prototypen und Modelle ihrer Arbeiten schnell erstellen zu können. Mit dem "Objet260 Connex" ist es möglich, aus 60 verschiedenen Materialien auszuwählen, aus denen das Modell bestehen soll. 14 dieser verschiedenen Materialien sind vom Drucker gleichzeitig anwendbar, um Teile der Modelle unterschiedlich zu gestalten. Produkteigenschaften und -verbesserungen sind so schnell und preiswert zu überprüfen.



## EMERGING TECHNOLOGIES

## NANO-TATTOO ÜBERWACHT BLUTWERTE VIA IPHONE



Wissenschaftler an der Northeastern University haben eine Technik entwickelt, mit der Blutzucker, Natriumspiegel und andere Biomarker im Körper via iPhone überwacht werden können. Dabei wird eine Lösung unter die Haut gespritzt, die eine spezielle Zusammensetzung an Nanopartikeln enthält. Äußerlich hinterlässt dies keine Spuren, die Partikel fluoreszieren aber, sobald sie den Zielmolekülen ausgesetzt sind. Die Daten des "Nano-Tattoos" werden von einem umgebauten iPhone ausgelesen. So könnte beispielsweise der Natriumspiegel von Sportlern gleich auf dem Gerät ausgewertet werden.



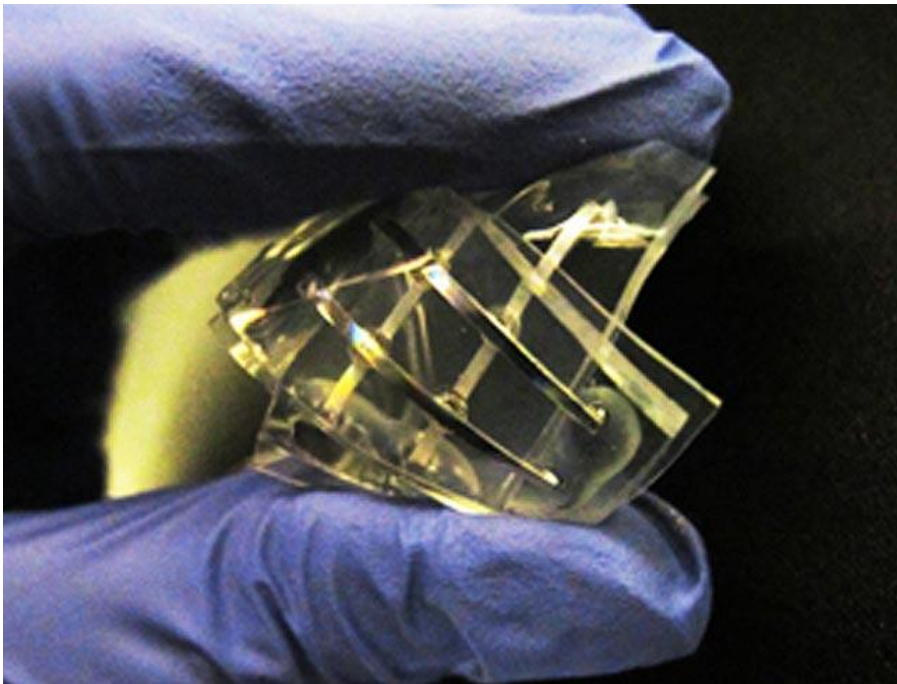
## BRILLE ERKENNT STIMMUNG DES GEGENÜBER



Wissenschaftler vom Media Lab des Massachusetts Institute of Technology haben eine Brille entwickelt, die Stimmungen erkennt. Eine integrierte Kamera nimmt den Gegenüber auf und überträgt die Bilder auf einen kleinen Computer, der die Mimik des Gesprächspartners analysiert. Die Ergebnisse bekommt der Träger über kleine Lautsprecher eingeflüstert, zudem leuchtet in der Brille je nach Stimmung ein rotes oder ein grünes Licht auf. Ein normaler Mensch interpretiert im Schnitt nur gut die Hälfte der Ausdrücke auf dem Gesicht seines Gegenübers richtig. Die Brille ist deutlich besser.



## DER BIOKOMPATIBLE SPEICHER



Wissenschaftler aus North Carolina haben ein weiches und flexibles Speichergerät entwickelt, das auch in feuchter Umgebung voll funktionsfähig ist. Das Gerät wurde statt aus Metall oder Plastik auf der Grundlage eines flüssigen Gemischs von Gallium- und Indium-Metallen hergestellt und mit einem Gel auf Wasserbasis verbunden. Seine Konsistenz ähnelt daher der eines Puddings. Die Technologie soll in Zukunft eingesetzt werden, um die Verkopplung von elektronischen Geräten mit biologischen Systemen wie zum Beispiel Zellen oder Gewebestrukturen zu ermöglichen.



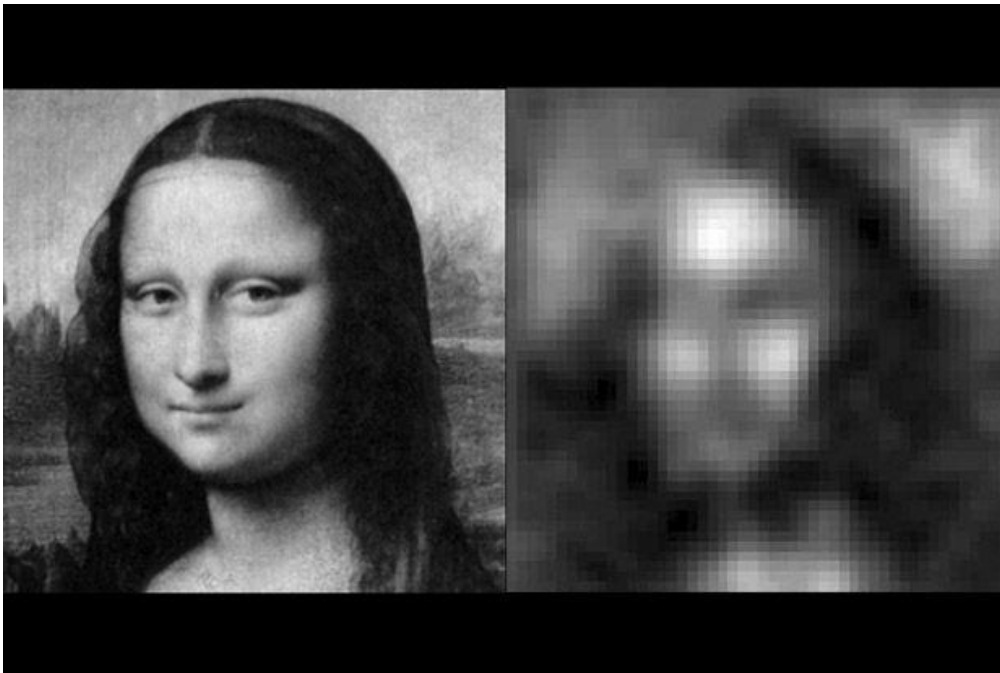
## ELEKTRONISCHES PAPIER FUNKTIONIERT OHNE STROM



"i2R e-paper" der Firma ITRI ist ein wiederbeschreibbares elektronisches Papier mit 300 Pixeln pro Quadratinch und einer Erinnerungsfunktion, sodass es bei der Datenerhaltung keinen Strom verbraucht. Nach Angabe des Unternehmens könnte es zum Beispiel zur Produktion digitaler Bücher oder für digitale Plakatwände verwendet werden. Für diese Innovation gewinnt das taiwanesisches Unternehmen zum vierten Mal in Folge den R&D 100 Award, den Oscar in der Technikbranche, in der Kategorie Umweltfreundlichkeit.



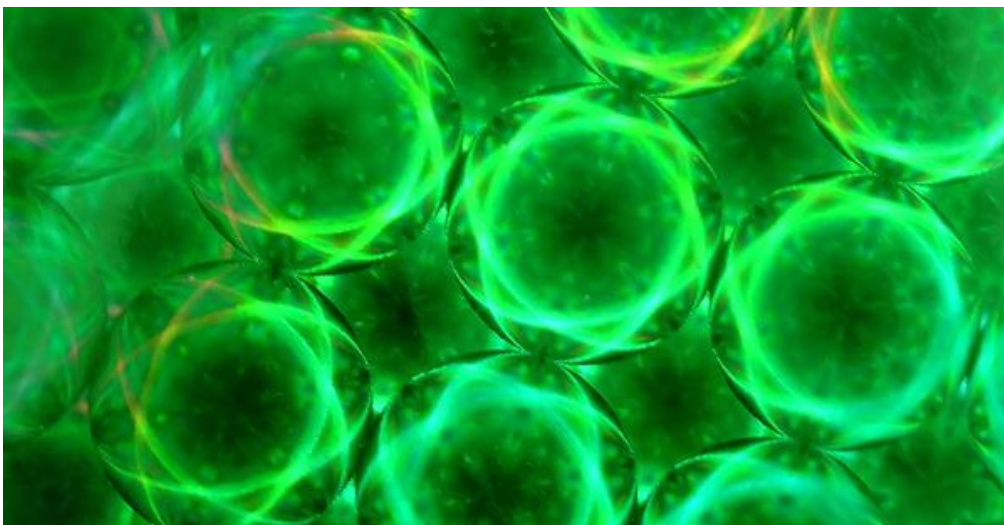
## MINIKAMERA OHNE OBJEKTIV



An der US-amerikanischen Cornell-Universität ist die "Planar Fourier Capture Array (PFCA)"-Kamera, eine objektivlose Kamera, entwickelt worden. Sie ist kleiner als ein Stecknadelkopf, macht 20 Pixel große Bilder und kostet in der Herstellung nur wenige Cent. Die Kameraauflösung ist sehr gering, doch für viele Anwendungen ausreichend. Die Minikamera kann ins Gehirn implantiert werden, um leuchtende, modifizierte Neuronen abzubilden, oder in Miniaturroboter eingesetzt werden, die ein einfaches Navigationssichtsystem benötigen. Zudem kann sie in elektronischen Geräten den Winkel zur Sonne messen.



## LASERSTRAHLEN AUS LEBENDEN ZELLEN



In Zusammenarbeit des Bostoner Massachusetts General Hospital und der Harvard Medical School entstand ein auf lebenden Zellen basierender Laser. Vorbild waren Zellen von Quallen, die ein lichtproduzierendes Enzym absondern können. Die von den Forschern veränderten Zellen geben, wenn sie schwachem blauen Licht ausgesetzt sind, einen gezielten grünen Laserstrahl ab. Mögliche Anwendungsgebiete der Entwicklung sind Hightech-Mikroskope und lichtbasierte Therapien.



## COMMUNICATION TECHNOLOGIES

## 3D-VIDEOTELEFONIE OHNE BRILLE



Forscher der University of North Carolina at Chapel Hill haben eine Software entwickelt, mit der 3D-Video telephonie ohne Brille möglich ist. Die Entwickler benutzen dafür mehrere modifizierte Microsoft Kinect-Kameras. Sie nehmen den Nutzer aus verschiedenen Perspektiven auf. Auf denjenigen, der mit dem Aufgenommenen telefoniert, wirkt die Aufnahme wie dreidimensional, ohne dass er eine 3D-Brille tragen muss. Die Verantwortlichen prognostizieren eine Einbettung des Systems in soziale Netzwerke der Zukunft.



## MIT MUSIKHANDSCHUH SOUND MANIPULIEREN



Thomas Mitchell von der britischen University of the West of England hat einen Musikhandschuh entwickelt, der ein Interface mit einer Live-Musikproduktion verbindet und ausschließlich durch Gesten gesteuert wird. Einzelne Sounds können live auf der Bühne durch Handbewegungen aufgenommen und wiedergegeben werden. Auch unsichtbare Synthesizer und Drums können verwendet und so verschiedene akustische Ebenen erzeugt werden. Dabei wird auf jegliche elektronischen Geräte auf der Bühne sowie auf im Voraus aufgenommenes Material verzichtet.

## COMMUNICATION TECHNOLOGIES

## ZUGRIFF AUF MOBILTELEFON VON JEDEM COMPUTER AUS

**Lookmobileon.net** BETA

Ever forgot your phone  
when leaving the house or rushing home from office ?

Lookmobileon.net helps you to get through the day without your phone ! It provides you with web access to your SMS, calls log, contacts and more. Instant web notifications inform you in real-time about calls and texts. Everything from the comfort of your web browser !

How it works

Access from everywhere



Secure



Battery friendly

Der Service "Lookmobileon" hilft Anwendern, zu ihren Anrufen und Textnachrichten zu kommen, falls sie ihr Handy verloren haben. Das Einzige, was sie dafür brauchen, ist ein Computer mit Internetanschluss. Eine zuvor auf dem Mobiltelefon installierte Applikation ermöglicht den Zugriff. Falls ein Anruf oder eine SMS hereinkommt, informiert "Lookmobileon" den Nutzer sofort. Bisher ist der Service im Android Marketplace erhältlich.



## COMMUNICATION TECHNOLOGIES

## APP VERBESSERT KOMMUNIKATION IN UNTERNEHMEN

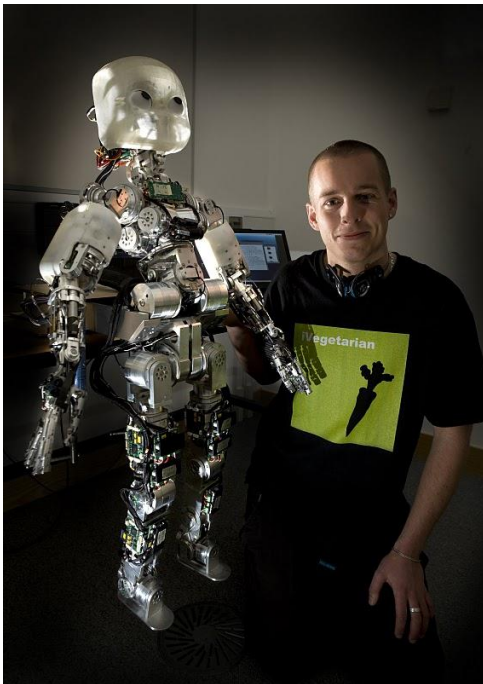


DoubleDutch, auf mobile Online-Applikationen für Unternehmen spezialisiert, hat die neue Produktlinie "HYVE" vorgestellt. Mit Hilfe von sieben Anwendungen für unterschiedliche Spezialgebiete wird die unternehmensinterne Kommunikation vereinfacht und somit effektiver. Mitarbeiter können über "HYVE" posten, woran sie gerade arbeiten, wo sie sich gerade aufhalten oder welchen Kunden sie bald besuchen werden. Mit einem Blick auf das Smartphone sind so alle Mitarbeiter immer auf dem Laufenden darüber, womit die Kollegen gerade beschäftigt sind.



## COMMUNICATION TECHNOLOGIES

## ROBOTER AHMT MENSCHEN NACH



Der britische Wissenschaftler Martin Peniak lässt mit Hilfe eines Kinect-Hacks einen Roboter die Bewegungen eines Menschen imitieren. Das Programm speichert Daten zu Skelettaufbau und Bewegung einer Person, die über den Sensor aufgenommen wurden, und gibt sie an den Roboter weiter, der sie nachahmt. Angewendet werden soll das Programm bei der Entwicklung des Körperaufbaus eines humanoiden Roboters und der Entwicklung seiner Körperbewegungen.



## CONSUMER ENTERTAINMENT

## VIRTUELLE MITFAHRT MIT DEM IPHONE



Die iPhone-Anwendung "Backseat Driver" von Toyota ist ein Videospiel für Kinder, das die aktuell gefahrene Strecke in Echtzeit in eine bunte, virtuelle Spielwelt auf dem Bildschirm umwandelt. Über das GPS-System des Smartphones erhält die Anwendung die Daten der Straße, auf der sich das reale Auto befindet. Die Kinder folgen auf ihrer Strecke mit ihrem virtuellen Fahrzeug einem Auto, das bestimmte Symbole fallen lässt, die beim Einsammeln Punkte ergeben. Die Punktzahl tauscht der Spieler anschließend gegen neue Designs und andere Upgrades für sein Auto ein.



## REALE SANDBURG WIRD ZU VIRTUELLEM COMPUTERSPIEL



Das Projekt "Mimicry" vereint das Bauen von Sandburgen mit der virtuellen Welt der Computerspiele. Die niederländischen Entwickler haben einen Sandkasten entwickelt, die mit Hilfe einer Kinect-Kamera und eines Projekts im 3D-Format eingescannt als Vorlage für ein Computerspiel dient. Bis zu vier Spieler können so im Vorfeld mit ihren Händen eine Umgebung aus Sand wie Rennstrecken oder Hindernisparcours formen. Die Umgebung wird dann eingescannt und kann am Computer virtuell mit Kugeln gespielt werden. Es gibt keine vorgegebenen Regeln – ebenso wie jeder seine Umgebung gestalten kann, gestaltet er auch das Spiel selbst.



## CONSUMER ENTERTAINMENT

# RÄUBER UND GENDARM MIT NFC



Das aus Wales stammende IT-Unternehmen Proxama hat das erste Räuber und Gendarm-Spiel mit NFC-fähigen Mobiltelefonen in Norfolk veranstaltet. Die Technologie, die den Datenaustausch zwischen Geräten über geringe Entfernung ermöglicht, wurde hier genutzt, um den Teilnehmern Aufgaben zu stellen und Informationen über andere Teilnehmer abrufbar zu machen. Dafür sind NFC-verbundene Gegenstände verteilt worden, die der Nutzer einscannen musste, um im Spiel weiterzukommen. So wurden traditionelles Outdoor-Spiel und virtuelles Computerspiel verbunden, um die Möglichkeiten der Technologie zu illustrieren.



## ÜBER SOZIALE MEDIEN ZUM FILMPROTAGONISTEN WERDEN



Toshiba und Intel haben das Filmprojekt "The Inside Experience" gestartet, bei dem die Zuschauer über soziale Medien die Handlung beeinflussen und eine Gastrolle gewinnen können. Der Film handelt von der entführten Christina, die in einem Raum eingeschlossen ist, in dem sich nur ein Toshiba-Notebook mit Internetverbindung befindet. Sie versucht über soziale Netzwerke herauszufinden, wo sie sich befindet. Hier kommen die Zuschauer ins Spiel: Über Facebook und Twitter können sie ihr Hinweise zukommen lassen. Die besten Posts werden in den Film integriert, der in Episoden ausgestrahlt wird.



Trendexplorer



Send A Trend



PPT Export



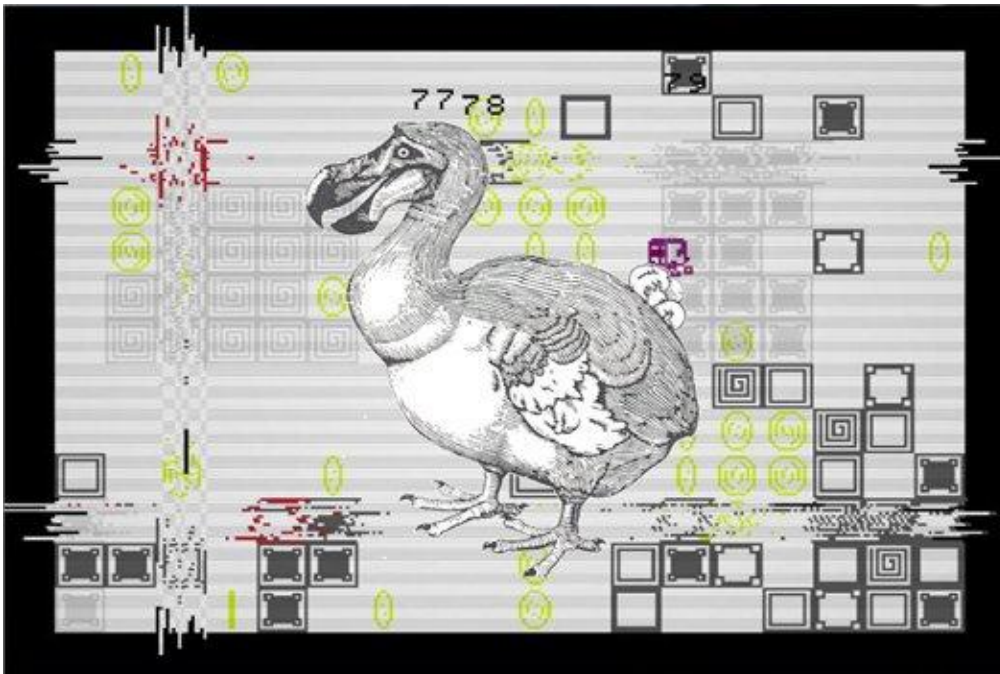
Video



Weitere Bilder

**QUELLE:** <http://www.theinsideexperience.com>**INITIATOR:** Toshiba America Information Systems Inc.,  
USA

## DER SPIELER VERLIERT UND DAS COMPUTERSPIEL STIRBT



Bei dem auf dem Global Game Jam vorgestellten niederländischen Computerspiel "HitchHiker" muss der Spieler nicht sein Leben, sondern die Existenz des Spiels retten. Dies wird desto schwieriger, je weniger Punkte der Spieler hat: Das Spiel wird krank und der Bildschirm fängt mehr und mehr an zu flimmern, bis das Spiel schlussendlich ganz stirbt, wenn es bis dahin nicht zu Ende gespielt werden konnte. Genau das passierte dem in 48 Stunden entwickelten Publikumsmagneten auf dem Global Game Jam und wurde dann mit zwei Awards zum Gewinner der Veranstaltung.



## LIFESTYLE

### 91 | DIGITAL LIFE

Information deluxe: Visitenkarte mit NFC-Chip  
Facebook-Updates gegen Einbrecher  
Facebook-Gadget informiert über Neuigkeiten  
Energiekosten sparen mit PlotWatt  
Kleiner Roboter für die Heimautomatisierung

### 96 | MODERN LIFE

Supermarkt ohne Verpackungen  
Recycling-Automat informiert mit Augmented Reality  
Auto gegen lebenslange Bahnfahrkarte  
Cognac kann seinen Geschmack verändern  
Hotelübernachtung in der Schlafkabine

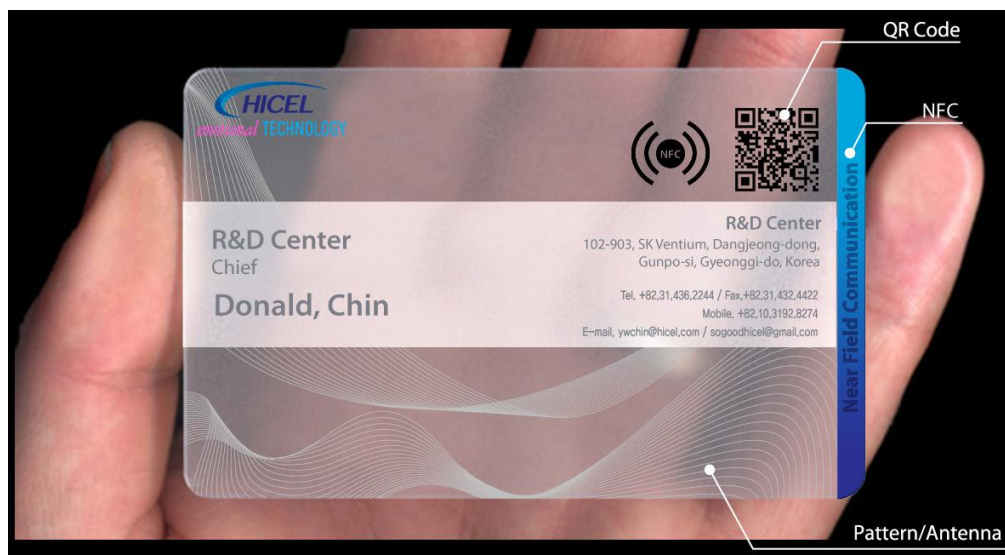
### 101 | BEAUTY & HEALTH

Couponing-Dienst für gesundes Essen  
Abkühlung zum Aufsprühen  
Das personalisierte Wundpflaster  
Mini-Blutflussmessgerät misst während Bewegung  
Erstes synthetisches Organ transplantiert

### 106 | EVENTS

Facebook-Likes bestimmen den Partyverlauf  
Lebendige Ölgemälde durch Kinect-Hack  
Onlinedienst für Konferenzen und Barcamps  
Konzert auf Facebook und im TV für den guten Zweck  
Süße Marketing-Idee auf Keksen

## INFORMATION DELUXE: VISITENKARTE MIT NFC-CHIP



Das südkoreanische Unternehmen Hicel macht eine einfache Visitenkarte zum umfassenden Informationssystem einer Person. Die von ihm entwickelte digitale Version hat alle Funktionen einer normalen Visitenkarte, inkludiert zusätzlich aber noch einen NFC-Chip, einen QR-Code sowie einen Speicherplatz. Informationen wie den Lebenslauf, Texte, Links zu Webseiten, Twitter, Facebook oder LinkedIn-Profilen in einem weiterzugeben, ist damit kein Problem mehr.



## FACEBOOK-UPDATES GEGEN EINBRECHER



Die britische Sicherheitsfirma Precrate Solutions sorgt für regelmäßige Updates in den sozialen Netzwerken seiner Kunden, wenn sie für längere Zeit nicht zu Hause sind. Vorher abgesprochene Nachrichten werden vom Unternehmen auf Facebook oder Twitter gemäß einem vorher besprochenen Plan veröffentlicht. Das sei notwendig, weil die Firma beobachtet habe, dass bei vielen Menschen eingebrochen wurde, nachdem sie in den sozialen Netzwerken ihren Urlaub bekannt gegeben oder Fotos von einer Reise gepostet haben.



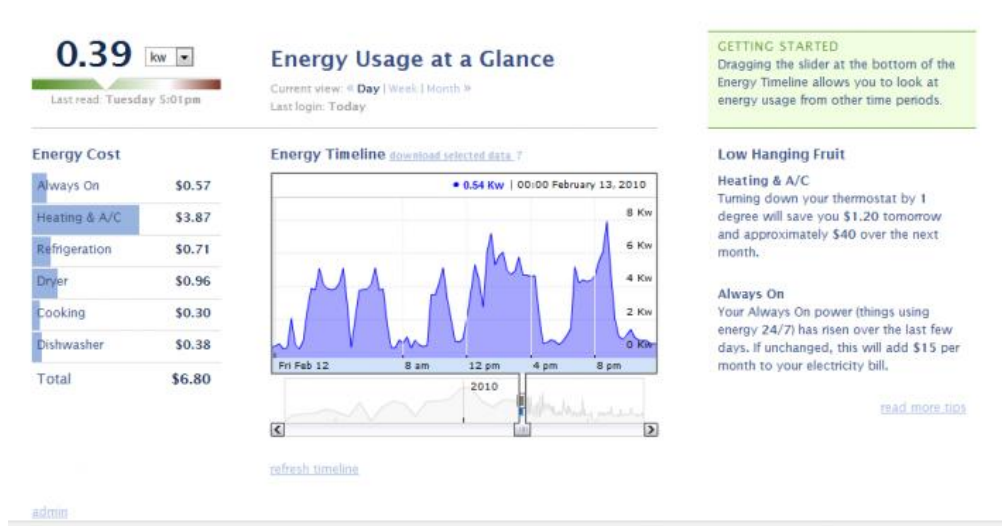
## FACEBOOK-GADGET INFORMIERT ÜBER NEUIGKEITEN



Das spanische Unternehmen Symplo mit dem erklärten Ziel, Atome mit dem Internet zu verbinden, hat ein Gerät entwickelt, das Neuigkeiten auf dem Netzwerk Facebook anzeigt. Bei "Rymble" handelt sich um eine mit dem Internet verbundene Drehscheibe, die die üblichen Facebook-Symbole als kleine Figuren darstellt. Bei neuen Ereignissen wie Nachrichten oder Posts dreht sich die Scheibe in Richtung der entsprechenden Figur. Außerdem kann der Nutzer die normale Drehscheibe durch themenspezifische ersetzen und bekommt so neue Ereignisse zu seinem Idol oder von Freunden geteilte Spielstände angezeigt.



# ENERGIEKOSTEN SPAREN MIT PLOTWATT



Das Start-up PlotWatt hilft Konsumenten und Unternehmen, ihre Kosten zu senken, indem es den Energieverbrauch analysiert und benutzerangepasste Empfehlungen gibt. Ein Gerät misst permanent den Verbrauch aller Geräte im Haushalt und übermittelt die Daten online an PlotWatt. Dort werden sie überprüft, in klare Anweisungen übersetzt und diese dem Kunden übermittelt – beispielsweise, wie viel er sparen könnte, würde er die Heizung um einen Grad herunterdrehen. PlotWatt gibt an, dass seine Benutzer 50 Prozent ihres Verbrauchs reduzieren können.



## KLEINER ROBOTER FÜR DIE HEIMAUTOMATISIERUNG



Das japanische Unternehmen Sanyo Homes hat den Roboter "Mirai Sanzo" auf den Markt gebracht, der die Fernsteuerung von verschiedenen Haushaltsfunktionen übernimmt. "Mirai Sanzo" basiert auf Android und hat einen Touchscreen, mit denen der Roboter aktiviert und deaktiviert werden kann. Er hat zudem eine Spracherkennungsfunktion und kann seine Farbe je nach Status verändern. Der kluge Heimassistent lässt beispielsweise die Badewanne einlaufen oder schaltet die Klimaanlage ein. Zudem alarmiert er bei einem Feueralarm den Nutzer über E-Mail, wenn er nicht zu Hause ist.



## SUPERMARKT OHNE VERPACKUNGEN



Precycling is at the core of this model *and* it's easy. Here's the skinny:



Im texanischen Austin ist ein Supermarkt geplant, in dem ausschließlich saisonales und regionales Obst und Gemüse angeboten und völlig auf Produktverpackungen verzichtet wird. "In.gredients" soll damit der erste "Precycling-Supermarkt" in den USA werden. Die Kunden müssen ihre eigenen Taschen mitbringen oder kompostierbare Behälter kaufen, um ihre Einkäufe mitnehmen zu können. "In.gredients" wird zudem Koch- und Gartenkurse anbieten, in denen ein nachhaltiges Leben im Mittelpunkt steht.



## RECYCLING-AUTOMAT INFORMIERT MIT AUGMENTED REALITY



Recyclable Planet hat seine Leergutannahme-Maschinen mit Augmented Reality ausgestattet. Nachdem sich der Kunde den Bon für die zurückgegebenen Flaschen ausgedruckt hat, kann er den darauf gedruckten Barcode dazu verwenden, sich auf dem Bildschirm der Maschine interessante Videos zum Thema Recycling anzusehen. Zusätzlich sind auf den Bons Vergünstigungen und Angebote für Produkte enthalten, die Kunden anregen sollen, mehr Flaschen zu recyceln.



## AUTO GEGEN LEBENSLANGE BAHNFAHRKARTE



Die spanische Stadt Murcia hat allen Bürgern eine lebenslange, kostenlose Fahrkarte für das neue Straßenbahnnetz der Stadt geschenkt, wenn sie dafür auf ihr eigenes Auto verzichteten. Die Aktion war Teil einer dreiteiligen Kampagne: Zuerst konnten alle Bürger ihr schuldenfreies und funktionierendes Auto gegen eine Fahrkarte eintauschen. Dann stellte die Stadt diese Autos aus und demonitierte sie nach und nach, sodass sie langsam verschwanden. Im dritten Teil der Aktion wurde die schlechte Parksituation in der Stadt veranschaulicht, beispielsweise durch gestapelt parkende Autos.



## COGNAC KANN SEINEN GESCHMACK VERÄNDERN



Das französische Traditionsunternehmen ABK6 hat einen Cognac hergestellt, dessen Geschmack sich mit abfallender Temperatur verändert und reagiert damit auf den Trend, Cognac auf Eis zu trinken. Das geschieht nicht durch das Hinzufügen von Zusatzstoffen oder Aromen, sondern allein durch eine spezielle Destillierung, die es dem Cognac ermöglicht, seinen Geschmack durch die Reaktion mit Wasser zu entwickeln. Nach allen Regeln der Gognac-Herstellung produziert, wandelt sich sein Geschmack von Vanille über Pfirsich, Orangenblüte und Zitrone zu Minze.



## HOTELÜBERNACHTUNG IN DER SCHLAFKABINE



Das CityHub Hotel in Amsterdam wird in naher Zukunft Stadtreisenden mit kleinem Budget modulare Schlafkabinen anbieten. Die spartanischen Kabinen enthalten ein Doppelbett, eine kleine Ablage, elektrisches Licht und Fenster und sind abschließbar. Dafür ist die Übernachtung für Amsterdamer Verhältnisse mit 20 Euro pro Nacht sehr günstig. Die Gäste sollen sich zudem über eine aktiv geförderte Online-Community bei Facebook vernetzen und über ihre Erlebnisse austauschen können.



## COUPONING-DIENST FÜR GESUNDES ESSEN

The screenshot shows a Zipongo deal for Barbara's Puffins Cereals. The deal is for \$4 for \$8 of cereal, a 50% discount. The deal is limited in quantity and expires on August 31, 2011. The deal is not yet active, requiring 2 more users to activate it. The deal is for two \$4 vouchers that can be scanned by a cashier or redeemed using the mobile app. The deal is for items of equal or greater value and cannot be split into multiple uses. The deal is for Barbara's Puffins Cereals, which are 100% Natural, Dairy and Wheat Free, Low Fat and Cholesterol Free, Super delicious and always nutritious, and come in 6 tasty flavors to choose from. The deal is for Barbara's Puffins Cereals, which are available in San Francisco. The deal is for Barbara's Puffins Cereals, which are available in San Francisco. The deal is for Barbara's Puffins Cereals, which are available in San Francisco.

Gesund essen und dabei auch noch sparen: Zipongo münzt den Effekt von Couponing-Diensten wie Groupon oder DailyDeal auf die Ernährung um. Jeden Tag kann man dort gesunde Produkte wie Vollwertmüsli kaufen, die bis zu 70 Prozent günstiger sind als im Geschäft. Für jedes Produkt ist der Gehalt an Kohlehydraten, Fett, Zucker und Vitaminen aufgeführt. Zipongo bietet als Ergänzung zusätzlich eine Applikation an, mit dessen Hilfe der Anwender seine Essens- und Trainingsgewohnheiten überwachen kann.

## ABKÜHLUNG ZUM AUFSPRÜHEN



Der japanische Kosmetikhersteller Hokkyoku Monogatari hat einen Schaum namens "Cooling Foam" entwickelt, der das Verwenden einer Klimaanlage unnötig machen soll. Er wird direkt auf die Haut aufgesprüht, wird nach kurzer Zeit fest und kann dann in alle möglichen Formen gebracht werden. Als Ring kann das kühlende Gel zum Beispiel ums Handgelenk oder um den Nacken gelegt werden. So ist das Ganze für den Träger gleichzeitig Abkühlung und Accessoire.



## DAS PERSONALISIERTE WUNDPFLASTER



Die US-amerikanische Firma PolyRemedy hat das "Personalized Woundcare System (PWS)" entwickelt, mit dem Wundversorgungspflaster für Patienten mit chronischen Wunden personalisiert werden. Der behandelnde Arzt gibt dazu Details über den Patienten und die Wunde an, dann wird das passende Verbandsmaterial ausgewählt und versendet. Der Patient erhält das personalisierte Material mit Namen und Anwendungsdatum.



## MINI-BLUTFLUSSMESSGERÄT MISST WÄHREND BEWEGUNG



Japanische Forscher haben ein kabelloses, kompaktes und energiesparendes Blutflussmessgerät entwickelt, das funktioniert, wenn die Person sich bewegt. Sportler können so zum Beispiel prüfen, ob sie dehydriert sind. Darüber hinaus kann das Gerät zur Überwachung des Gesundheitszustands sowie zur Prävention und zur Messung des Blutdrucks genutzt werden. Auch Tiere können mit der Erfindung auf schwere Erkrankungen, zum Beispiel auf die Vogelgrippe, untersucht werden.



## ERSTES SYNTHETISCHES ORGAN TRANSPLANTIERT



In Schweden wurde die weltweit erste synthetische Luftröhre transplantiert. Mit Hilfe eines 3D-Scans der Luftröhre fertigten Ärzte am University College London eine Kopie an. Eine Vielzahl kleiner Poren erleichterte die Besiedlung des Transplantats mit den Stammzellen des Patienten, dadurch war die Gefahr einer Abstoßung des Organs gleich null. Da das Transplantat mit körpereigenen Zellen besiedelt wurde, benötigt der Patient keine Immunsuppressiva. Der Patient, ein 36 Jahre alter Mann aus Afrika, litt an Luftröhrenkrebs.



## FACEBOOK-LIKES BESTIMMEN DEN PARTYVERLAUF



Bacardi hat in den USA die Partyreihe "Like It Live, Like It Together" gestartet, über deren Features die Facebook-Fans mit Hilfe des "Like"-Buttons entscheiden konnten. Im Vorfeld der einzelnen Veranstaltungen konnten die Bacardi-Anhänger darüber abstimmen, welche Cocktails, Musik oder Unterhaltungsangebote ihnen gefallen würden. Bacardi machte dazu auf Facebook Vorschläge, zum Beispiel ob eher alte oder neuere Videospiele auf der Party erwünscht seien. Die Entscheidungen der Facebook-Mehrheit wurden auf den Events umgesetzt, sodass sie ganz nach dem Geschmack der Bacardi-Fans verliefen.



## LEBENDIGE ÖLGEMÄLDE DURCH KINECT-HACK



Im Pariser Musée National Jean-Jacques Henner werden die Besucher Teil der Ausstellung: Die Technologie der Bewegungssteuerung von Microsoft Kinect nutzend, wird das "Portrait von Nicolas Le Roux" lebendig und imitiert die Bewegungen der vor ihm Stehenden. So tanzt der zuvor noch steife Mann im Frack plötzlich Boogie oder macht einen Handstand.



## ONLINEDIENST FÜR KONFERENZEN UND BARCAMPs



Der Onlinedienst "Lanyrd" des US-amerikanischen IT-Unternehmens Natimon stellt Informationen über Konferenzen, Barcamps und Workshops weltweit zur Verfügung. Die Informationen kommen dabei von den Nutzern selbst, die sich mit ihrem Twitter-Profil bei "Lanyrd" einloggen. Sie können nicht nur Veranstaltungen hinzufügen, sondern auch selbst verfasste Texte und Fotos zu den Events veröffentlichen und mit ihrem Profil verlinken. Der Dienst schlägt außerdem Veranstaltungen vor, und Nutzer können neben ihren Freunden auch mit Teilnehmern dort in Kontakt treten.



## KONZERT AUF FACEBOOK UND IM TV FÜR DEN GUTEN ZWECK



Die amerikanische Firma Ridgeline Entertainment hat zusammen mit Milyoni HQ ein Konzert der südamerikanischen Band „The Parlotones“ gleichzeitig sowohl in 3D im Fernsehen als auch in 2D auf Facebook live übertragen. Die Show auf Facebook kostete 10 Facebook-Credits, wobei der Erlös einer Wohltätigkeitsorganisation zugutekam. Auf Facebook konnten die Zuschauer die Show kommentieren und miteinander interagieren. Die Übertragung ist das erste Event des Projekts „Planet Keepers“ von Ridgeline Entertainment, dessen Erlös an verschiedene Wohltätigkeitsorganisationen gespendet wird.



## SÜSSE MARKETING-IDEE AUF KEKSEN



Das Westin Bayshore Hotel in Vancouver bewies mit einer zukunftsweisenden Werbeidee, dass hier sogar der Zeitgeist eincheckt. Schon vor Beginn eines Roadshow-Events verlinkte es sich mit den Veranstaltern über Twitter und Facebook. Die nächste Überraschung wartete im Hotelzimmer in Form von drei leckeren "Cookies" mit Logoaufdruck von Facebook, Twitter und einem QR-Code. Eingescannt im Telefon öffnete sich eine persönliche Begrüßung mit der Bitte, dem Hotel bei Facebook und Twitter zu folgen. Weil die Speaker der Veranstaltung allesamt Social-Media-Profis mit vielen Freunden und Followern waren, bekam das Hotel so viele neue Online-Fans.



## NEWS & DATES

### Zukunftsbilder – Trendvisualisierungen von Orkide Ergün

Orkide Ergün ist Spezialistin für **trendbasierte Markenentwicklung**. Mit ihrer Firma **ORKIDEE** widmet sie sich der Beratung, Konzeption und Gestaltung von Marken.

Der Fokus ihrer Arbeit liegt auf dem Prozess des **Trend-Transfers**, in dem sie präzise Mega- und Consumertrends in visuelle Trend-Konzepte und Moodboards umsetzt. Sie verdeutlicht so zukünftige Trends und Innovationen, um strategische Perspektiven für Marken und Märkte sichtbar zu machen.

#### ORKIDEE UND TRENDONE

Zusammen mit TrendONE hat sie bereits mehrere **Trend-Transfers** durchgeführt.

„Fügt man die zentralen Bilder, Grafiken und Begriffe zu einem Moodboard zusammen, wird der Trend **entschlüsselt** und auf einem Blick **verständlich und nachvollziehbar**“ erklärt Orkide Ergün.



#### ORKIDE ERGÜN

Geboren in Istanbul, lebt sie seit ihrer Kindheit in Deutschland. Die Diplom-Designerin studierte Produkt- und Textildesign in Hannover und London. Nach ihrer langjährigen Tätigkeit als Art Director in führenden Agenturen gründete sie 2007 ihr Studio ORKIDEE für trendbasierte Markenentwicklung in Berlin.

Zu ihren Kunden gehören namhafte Agenturen, Kosmetikunternehmen und Messen.

Einen Einblick in ihre Arbeit erhalten Sie unter:  
**ORKIDEE**

[mail@orkidee.de](mailto:mail@orkidee.de)  
[www.orkidee.de](http://www.orkidee.de)



## NEWS & DATES

### Entdecken Sie das Trenduniversum mit einer TrendONE Keynote!

Buchen Sie eine **mitreißende Keynote** und erleben Sie eine Trendreise in die Zukunft!

Unsere erfahrenen Keynote Speaker bereichern Ihren Event mit zahlreichen **Live-Cases** und sorgen für jede Menge **Inspiration**.



**ROMAN WEISHÄUPL**  
GLOBAL INNOVATION ADVISOR

#### Aktuelle Themen sind:

##### OUTERNET

Alles wird zum Hyperlink:  
Die reale Welt verschmilzt  
mit der digitalen.



**NILS MÜLLER**  
CEO & FOUNDER TRENDONE

##### DIGITAL NATIVES EVOLUTION

Wie die Digital Natives das Verständnis  
gegenüber digitaler Technik & Medien  
verändern.

#### Weitere Informationen erhalten Sie bei:



**Inga Loerbroks**  
Speaker Coordinator

+49 40 238 038 44  
[loerbroks@trendone.com](mailto:loerbroks@trendone.com)



Erleben Sie hier  
unsere Speaker  
im Video!

# KONTAKT

[BLOG.TRENDONE.COM](http://BLOG.TRENDONE.COM)

[WWW.TRENDONE.COM](http://WWW.TRENDONE.COM)

[WWW.TRENDEXPLORER.COM](http://WWW.TRENDEXPLORER.COM)

[WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE](http://WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE)

[WWW.TWITTER.COM/TRENDONE](http://WWW.TWITTER.COM/TRENDONE)



**TREND ONE GMBH**  
**HAMBURG / GERMANY**

**GASSTRASSE 2**  
**22761 HAMBURG**

TEL +49 40 23 80 38 33  
FAX +49 40 23 80 38 36

[INFO@TRENDONE.COM](mailto:INFO@TRENDONE.COM)  
[WWW.TRENDONE.COM](http://WWW.TRENDONE.COM)



**TREND ONE GMBH**  
**BERLIN / GERMANY**

**BRUNNENSTRASSE 37**  
**10115 BERLIN**

TEL +49 30 50 91 48 56  
FAX +49 30 50 91 48 60

[INFO@TRENDONE.COM](mailto:INFO@TRENDONE.COM)  
[WWW.TRENDONE.COM](http://WWW.TRENDONE.COM)



**TREND ONE GMBH**  
**WIEN / AUSTRIA**

**SPITTELBERGGASSE 3/6**  
**1070 WIEN**

TEL +43 1 52 30 50 0  
FAX +43 1 52 30 50 015

[INFO@TRENDONE.COM](mailto:INFO@TRENDONE.COM)  
[WWW.TRENDONE.COM](http://WWW.TRENDONE.COM)

**DISCLAIMER COPYRIGHT 2011 ALLE RECHTE VORBEHALTEN.**

DIE IN DIESER PRÄSENTATION DOKUMENTIERTEN TRENDS UND THESEN SIND GEISTIGES EIGENTUM DER TRENDONE GMBH UND UNTERLIEGEN DEN GELTENDEN URHEBERGESETZEN.  
DIE VERWENDETEN BILDER DIENEN LEDIGLICH RESEARCH- UND ILLUSTRATIONSZWECKEN. SIE STEHEN NICHT ZUR PUBLIKATION FREI.