Merry Bitmas!

Weihnachten von und mit den Kunden – das bietet Tunnel23 mit einer technisch anspruchsvollen Lösung.

WIEN. Drei Monate und dann ist schon wieder Weihnachten. Tunnel23 hat sich schon letztes Jahr eine sehr anspruchsvolle Lösung für diesen Anlass einfallen lassen. Die Idee laut Agenturmeldung: „Um etwas Abwechslung in die altbekannte Weihnachts-Playlist zu bringen, kreierten wir ganz einfach unser eigenes. Das Schöne daran: Jeder Kunde trug dazu bei, denn das Lied wurde aus Daten der gemeinsamen Zusammenarbeit generiert."

© Tunnel23

Daten hörbar machen
Das hat Tunnel23 zu Weihnachten kreiert – und es kann sicher auch dieses Jahr gemacht werden.

Infos werden Töne

Dazu wurden allerhand Daten gesammelt, die dann zusammengeführt wurden. Die Agentur erklärt, wie: „Dazu ließen wir das Jahr Revue passieren und suchten sämtliche Aufzeichnungen zu unseren Projekten bis hin zu unserem Kaffeekonsum zusammen. Diese Informationen schlüsselten wir auf und bereiteten Datensätze aus acht verschiedenen Kategorien auf. Anschließend wandelten wir mithilfe von Sonification diese Daten in Töne um und erhielten für jede Kategorie eine Tonspur, die übereinander gelegt unser Weihnachtslied ‚Merry Bitmas' ergaben." Das Ganze blieb aber nicht dabei, Tunnel23 setzte noch einen drauf: „Doch das war noch nicht alles: Um ‚Merry Bitmas' interaktiv erlebbar zu machen, verlinkten wir von der Weihnachtskarte auf eine Microsite mit weihnachtlichen Objekten, die jeweils eine Tonspur repräsentierten. So wurde der User unter anderem mit einem hüpfenden Glücksschwein und Christbaumkugelfischen überrascht. Per Klick konnten die Tonspuren mitsamt den Objekten ein- und ausgeschaltet und somit die Microsite nach Belieben modifiziert werden."

Sonifikation

Um Daten zu Musik zu machen, braucht es eine eigene Technologie. Tunnel23-Geschäftsführer Michael Katzlberger erklärt die Anwendung von TwoTone, eine Software von Datavized Technologies, so: „Sonifikation oder Verklanglichung ist ein Begriff für die Darstellung von Daten in Klängen und stellt damit eine akustische Form der Anschauung dar. Sie hilft dabei, über das Hören Strukturen zu erfassen. Ein bekannter Anwendungsfall ist z.B. das Sonargerät oder der Geigerzähler. Im Falle von TwoTone geht es um die kompositorische Bearbeitung der Daten. Für die Umwandlung von Zahlenwerten in Audio verwendet TwoTone eine Musikskala, wobei höhere Werte höheren Tonhöhen entsprechen." *(gs)*

© Immobilienboutique

Drei Projekte der ghost.company

Neues für Vespa, den Neukunden Evolution und die Immoboutique.

WIEN. Abgefahrenes Sommerfeeling mit Vespa, denn mit dem Vespa GTS Sommerbonus gab es eine rasante Starthilfe in die schönste Zeit des Jahres – das sollte umgesetzt werden. Eine aufmerksamkeitsstarke Onlinebanner-Kampagne kommunizierte den Preisvorteil und brachte die Zielgruppe direkt zur Landingpage und damit zum Angebot – mit abgefahrenen Ergebnissen für Reichweite, Klicks und Sales.

Im Mittelpunkt der Google Ads-Kampagne für Evolution stand das Immunsystem. „Mit einer gezielten Google Ads-Kampagne bringen wir die User, die sich jetzt für eine Stärkung ihres Immunsystems interessieren, direkt zu den Immunkuren von Evolution", heißt es in einem Statement. Das Ergebnis: Starke Umsatzzahlen für Evolution und starke Abwehrkräfte. Und schließlich gibt es noch die Immobilienboutique: Bei Immobilien sei vor allem die Lage entscheidend – und zwar die Gefühlslage. Auf der neuen Website werden das Leistungsspektrum und das besondere Einfühlungsvermögen rund um den Immobilienverkauf conversionstark transportiert. *(gs)*