

Schnittstelle zwischen real und virtuell

12.11.2008 | 23:40 | Christoph Pridun Yasmin El Mohandes (Wirtschaftsblatt)

Wien. Ein Brückenschlag zwischen realer und virtueller Welt: Bei der Veranstaltung des DMVÖ (Dialog Marketing Verband Österreich) und der MMA (Mobile Marketing Association Austria) im tricaffè Börse drehte es sich um Themen wie "Physical World Connection", "Mobile Tagging", "Mobile Code Reading", oder "Internet of Things". Dies sind keine Zukunftsvisionen einer Science-Fiction-Serie, sondern "Möglichkeiten, die längst Realität sind", wie Mobile-Marketing Experte Thomas Hinterleithner erklärte. Ein besonderes Augenmerk legte er auf QR-Codes, jene kleinen Mandala-artigen Zeichen in Schwarzweiß, hinter denen sich geheime Botschaften befinden. Solche Ornamente zieren mittlerweile Werbeplakate, Zeitschriften, Visitenkarten, Produkte und auch Hautoberflächen. QR-Codes sind verschlüsselte Internetlinks, die zu Unternehmens-, Privat- oder Infoseiten führen. Werden diese etwa mit einem Handy fotografiert und einer Software entschlüsselt, führt der dahinter angeführte Link zu einer Website und damit den User zu den gewünschten Informationen. "Mobile Code Reading schafft eine Verbindung der realen mit der virtuellen Welt und lässt klassische Medien dialogfähig werden", brachte es Hinterleithner auf den Punkt. "Durch das Prinzip der Physical World Connection kann der Anwender - zum Beispiel, indem er mit seinem Handy einen Barcode in einem Zeitungsinserat scannt - auf ergänzende Informationen zugreifen." Weiters verriet er, welche Einsatzgebiete und Möglichkeiten sich für die in Österreich noch neue Technologie ergeben, warum die in Asien etablierte Technologie hierzulande noch nicht im Einsatz ist und welche Trends sich abzeichnen. Mit dabei: DMVÖ-Geschäftsführerin Louisa Böhringer, Bertelsmann- Österreich-Chef Stefan Fabrizii, Nokia Alps Adriatic-Marketingleiter Alexander Oswald, Markus Pilz (Orange) und Dimoco Marketing-Managerin Margit Anglmaier.

© Wirtschaftsblatt.at