

Smart Weltwoche lesen

26.11.2009, 17:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *kooaba*



kooaba

Print-Verleger sind von den digitalen Extras der automatischen Bilderkennung fasziniert. "Die Weltwoche" lanciert als erstes Schweizer Magazin kooaba Services.

Jetzt profitieren Weltwoche-Leser von einem Stück Schweizer Innovation: kooaba – ein Spin-off der ETH Zurich - bietet eine neue mobile Anwendung zum schlauen Entdecken, Sammeln und Weiterempfehlen von Weltwoche-Artikeln. Möglich macht dies eine weltweit führende Bilderkennungstechnologie.

Über die kooaba iPhone Applikation können alle Themen und Inhalte im Magazin fotografiert werden, die einem besonders interessieren. Die kooaba-Bilderkennung findet automatisch über dieses Foto (ein sogenanntes „Smart Visual“) die digitale Kopie des Artikels. Man kann den Artikel dann einem Freund via E-Mail oder Facebook weiterempfehlen, in seinem Online Archiv ablegen oder jederzeit wiederfinden und weiternutzen. Für ausgewählte Artikel erschliesst das Smart Visual sogar zusätzliche Inhalte wie Dokumente, Bilder oder Videos und erweitert damit die Printausgabe mit digitalem Content.

Smart Weltwoche lesen kostet pro Quartal nur 9 Franken.

Neue Möglichkeiten

Die automatische Bilderkennung schafft die Basis für eine völlig neue Generation von Kundenservices.

Versehen mit der kooaba Bildererkennungs-Applikation können sich Smartphones zu einem allzeit bereiten Such-, Kontakt- und Entdecker-Instrument entwickeln.

Print-Verleger sind von diesen Möglichkeiten fasziniert. Denn damit öffnen sich ihnen neue Türen zu weiteren Dienstleistungs- und Wertschöpfungspotentialen. Sie können ihre B2C- und B2B-Kundschaft jetzt sprichwortlich besser ins Bild setzen.

Vom Print zum Kundenkontakt

Auch für die Werbekunden von Print-Medien wird sich mit der Einführung der automatischen Bilderkennung das eine oder andere verändern. Anzeigen, die als Smart Visuals erscheinen, eröffnen den Inserenten neue Optionen, individuelle Kundenkontakte zu gewinnen und zu pflegen. Das fängt damit an, dass weiterführende Informationen zur Marke oder zur Botschaft schneller und einfacher als je zuvor angeboten und genutzt werden können.

Aber auch das spannende Thema Response – die direkte kundenseitige Kontaktnahme als höchstes Ziel der Insertion – rückt mit der automatischen Bilderkennung als Herausforderung neu ins Blickfeld. Die Kontaktnahme – per SMS, Mail oder Anruf – kann mit einem Inserat, welches als Smart Visual optisch identifizierbar wird, ganz anders angedacht und unterstützt werden.

Auch Sonderangebote oder Wettbewerbe werden konzeptionell vermutlich ein Facelifting erfahren. Innovationsschube als Folge der neuen Technologie sind hier ebenso wahrscheinlich wie Veränderungen in der Praxis des Marketing

Controllings respektive der Erfolgsmessung der Werbung.

Portrait

kooaba ist einer der führenden Anbieter von Bilderkennungslösungen für den Einsatz mit Mobiltelefonen. 2006 als Spin-Off der ETH Zürich gegründet, verbindet kooaba die reale Welt mit dem mobilen Internet. Alltägliche Gegenstände werden zu Informationsträgern und können mit dem World Wide Web verlinkt werden. Namhafte europäische Unternehmen nutzen die innovative Technologie von kooaba.

News-ID: 375263 • Views: 1072 (Stand: 28.09.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/375263/Smart-Weltwoche-lesen.html>