

Außenwerbung erkennt seine Betrachter

15.03.2010, 11:38 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*

In Kürze bringt NEC die nächste Generation der Außenwerbung auf den US-Markt, bei der nicht nur wir die Werbung anschauen, sondern die Werbung auch uns.

Bei dem neuen System nimmt eine Kamera alle Passanten vor einem Werbedisplay auf und eine Software zur Gesichtserkennung bestimmt Alter und Geschlecht. Dabei sind die Schätzungen des Alters bereits auf 10 Jahre genau und sollen noch weiter optimiert werden. Auf dem Bildschirm erscheint dann ein Angebot, das auf die Person zugeschnitten ist, die gerade vor der Werbung steht. So richtet sich zum Beispiel der Menüvorschlag einer Fast Food Kette nach dem Alter des Konsumenten.

Nach einer Einschätzung von adnews-online bietet das Programm mit dem Namen NEC Eye Flavor noch ganz andere Möglichkeiten. Mit den zentral erfassten Daten kann erstmals belegt werden, wie viele und welche Menschen sich die betreffende Werbebotschaft tatsächlich anschauen und wie lange sie durchschnittlich vor dem Display stehen bleiben. Damit erhalten die Unternehmen zukünftig wesentlich genauere Erkenntnisse über die Nutzerstruktur der Werbeflächen und den Erfolg ihrer Kampagnen.

Nach erfolgreichem Probelauf der neuen Technologie in großen japanischen Einkaufszentren will NEC das System in einigen Monaten auch in den USA testen. Dazu wird gerade die Software modifiziert, die bisher nur auf japanische Gesichter programmiert ist und jetzt der Physiognomie anderen Nationalitäten angepasst werden muss. Datenschutzbedenken sieht man dabei nicht, denn es werden nur die ausgewerteten Daten gespeichert und nicht die Bilder der Passanten.

Bis zu den Zukunftsvisionen in "Minority Report" ist es wohl noch ein weiter Weg. In dem Film zeigte Steven Spielberg interaktive Billboards, die vorbeigehende Passanten persönlich erkannt und namentlich angesprochen haben. So rief eine Guinness-Werbung dem Hauptdarsteller Tom Cruise zu, dass er aussieht, als könne er ein Bier vertragen.

Portrait

ad:news informiert monatlich zeitnah und umfassend über das amerikanische Marketing und die aktuellen amerikanischen Kampagnen. Dazu bietet das Nachrichtenportal adnews-online.de tagesaktuelle Meldungen und Informationen.

Hinter dem neuen Informations-Service steht das Hamburger Marketing-Unternehmen *ad.monitoring*, das sich seit 1993 auf die Beobachtung und Analyse der amerikanischen Werbung konzentriert und Unternehmen und Werbeagenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz über alles informiert, was im amerikanischen Marketing wichtig und wissenswert ist.

News-ID: 408164 • Views: 838 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/408164/Aussenwerbung-erkennt-seine-Betrachter.html>