Schwerpunkt-Thema: Fifteen Seconds Festival 2017 und Product Placement

**2 Jahre und 15 Sekunden**

**Premiere beim Fifteen Seconds Festival**

Am 8. und 9. Juni fand in der Stadthalle Graz wieder das Fifteen Seconds Festival statt, bei dem digitale Vordenker und Marketingexperten aus aller Welt zu Vorträgen und Networking aufeinandertrafen. Mit dabei war auch das Grazer Start-up e.com, das nach rund 2-jähriger Entwicklungsphase sein VR-fähiges soziales Netzwerk connect präsentierte und dabei auf große Resonanz stieß. Michael Schöggl, Gründer und Geschäftsführer des Projekts, resümiert: „Wir haben unglaublich viel positives Feedback bekommen und zahlreiche namhafte Unternehmen haben Interesse an einer Zusammenarbeit mit uns bekundet.“ Kein Wunder, bietet connect doch die Möglichkeit, Produkte auf ungewöhnliche und unaufdringliche Weise den Kunden näherzubringen.

**Neue Werbeform**

Möchte ein connect-User beispielsweise ein Foto machen, muss er in der selbsterklärenden App im lediglich das fotorealistische 3D-Modell eines Fotoapparates antippen. Welches Modell auf seinem virtuellen Schreibtisch dafür bereitliegt, entscheidet allein der Kunde. Doch welche Modelle generell zur Auswahl stehen, entscheiden die Unternehmen. Diese können ihre neuesten Kameras als 3D-Modell in der App hochladen und sie somit den Usern von connect präsentierten – anschaulich und dennoch unaufdringlich. „Diese Idee wurde von vielen Unternehmen gut angenommen, die ihre Produkte gerne in unserer App sehen würden“, fasst Michael Schöggl zusammen.

**Unkompliziert, aber effektiv**

Beim Fifteen Seconds Festival wurde bereits fleißig über diverse Zusammenarbeiten und technische Voraussetzungen gefachsimpelt. Geplant ist laut e.com ein einfaches System, in welchem Unternehmen die 3D-Modelle ihrer Produkte hochladen können und somit in der App vertreten sind. „Da connect so individualisierbar wie möglich ist, bleibt es natürlich jedem User überlassen, zu welchen Produkten er in connect greift“, erklärt Michael Schöggl. Allerdings: Welcher User zu welchem Produkt greift, wird aus Datenschutzgründen nicht weitergegeben. Die Unternehmen erhalten jedoch die anonymisierte Rückmeldung, wie viele Kunden das hochgeladene Produkt gewählt haben. Durch diese Form des Product Placements kann connect dauerhaft kostenlos bleiben und ist im Gegensatz zu seinen Mitbewerbern nicht gezwungen, seinen Usern aufgezwungene Werbung zu servieren oder persönliche Daten zu verkaufen.