

Mit bester Empfehlung zu Ihrer Information.
(Quelle: http://www.persoendlich.com/news/show_news.cfm?newsid=84981 am 29. Oktober 2009)

Freundliche Grüsse

Ihr Team von management tools ag

persoendlich.com

Das Online-Portal der Schweizer Kommunikationswirtschaft

[Home](#) [Newsletter](#) [Blog](#) [RSS](#)

Suchbegriff [suchen](#)

Neuer Spot folgt Blicken der Kunstliebhaber

Euro RSCG setzt Werbekampagne für Kulturmagazin um.

Weil im Kulturmagazin "DU" "jede Seite eine Augenweide" ist, ist das Magazin das höchste Vergnügen für Kulturliebhaber aus dem deutschsprachigen Raum. So lautet die Botschaft der neuen "DU"-Kampagne, die von den Kreativen der Werbeagentur Euro RSCG Zürich realisiert wurde. Tatsächlich legt die Mutter aller Kulturzeitschriften ihren Lesern monatlich ein neues feines Dossier aus dem weiten Feld der Kunst und Kultur vor.

Anlässlich der 800. Ausgabe, die im Oktober als Jubiläumspublikation erschienen ist, hat Euro RSCG Zürich eine Kampagne entworfen, die für den Bereich der Kunstwerbung ungewöhnlich anmutet. Die Agentur hat die sinnliche Erfahrung des Lesegenusses mit wissenschaftlicher Präzision beobachtet und in minimalistischer Eleganz dargestellt.

Im Kinospot folgen wir dem zickzackartigen Blickverlauf einer Person beim Betrachten einer Giacometti-Skulptur und erleben dabei, wie stark ihn das Meisterwerk, das im "DU" behandelt wurde, in den Bann zieht. In der ersten Serie der Printsujets zeigen die ausgeprägten Eye-tracking-Linien bei Kunstwerken von Jeff Koons und Alexander Calder, wie stark die "DU"-Themen die Leser faszinieren.

Dass die Augenweide des "DU"-Magazins nicht bloss eine leere Floskel ist, beweist die Tatsache, dass alle Kampagnensujets auf empirischen Eye-tracking-Analysen basieren. Diese Messungen wurden in den Zürcher Testlabors des renommierten Forschungsinstituts management tools AG an echten Probanden durchgeführt.

Neben dem Kinospot und den Anzeigensujets kommen ab Oktober neue Teaser- und Abokarten-Motive mit den Eye trackings zum Einsatz. Im Testlabor wird aktuell an weiteren Sujets gearbeitet.

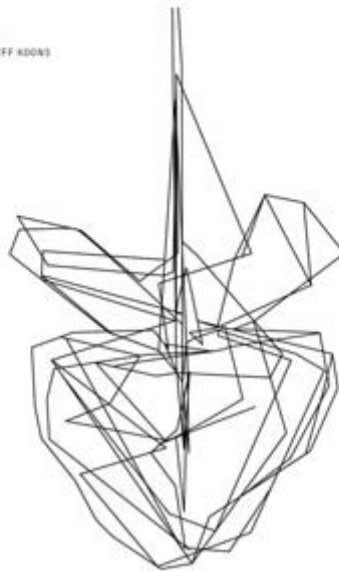
Verantwortlich bei "DU": Oliver Prange (Verleger), Stefan Kaiser (Chefredaktor).
Verantwortlich bei Euro RSCG Zürich: Frank Bodin (Gesamtverantwortung), Axel Eckstein (CD), Christina Wellnhofer (Art Direction), Sarah Kahn (Grafik), Ivan Madeo (Text-Konzept), Anna Colby (Art Buying), Sarah Giansesi (Beratung). Verantwortlich bei management tools AG: Klaus Ammon, Stephanie Hatzius. Animation: Jason Million (Denon Film).

EYE TRACKING VON
GRANDE FEMME DEBOUT II,
ALBERTO GIACOMETTI



🕒 **Film ansehen**

EYE TRACKING VON
HANGING HEART, JEFF Koons



JEDE SEITE EINE AUGENWEIDE. *Du*
Das Kulturmagazin

EYE TRACKING VON
THE STAR, ALEXANDER CALDER



JEDE SEITE EINE AUGENWEIDE. *Du*
Das Kulturmagazin

EYE TRACKING VON
GRANDE FEMME DEBOUT II, ALBERTO GIACOMETTI



JEDE SEITE EINE AUGENWEIDE. *Du*
Das Kulturmagazin

