

Presseinformation

Kinobesuch mit Handy: Horror wie nie zuvor.

München, 18. März 2010. Jung von Matt / Spree entwickelt für den Sender 13TH STREET den ersten interaktiven Horrorfilm im Kino. Das Briefing lautete: Der Zuschauer soll Horror erleben wie nie zuvor. Die Idee: Der Zuschauer bekommt eine eigene Rolle und steht im Dialog mit der Hauptdarstellerin des Films. So wird der Horrorfilm zum interaktiven Nervenkitzel.

Jung von Matt entwickelte dafür zusammen mit Telenet, den Powerflashern und Aixvox ein bislang einzigartiges Setup. Die Zuschauer werden vor Beginn des Films aufgefordert, ihre Telefonnummern an eine Kurzwahl zu schicken. Mit der Anwendung Telenet Voice & Web, welche auf dem speziell entwickelten Framework Voice4J beruht, ist das Zusammenspiel von Sprache und Interaktion zwischen Hauptdarstellerin und Zuschauer möglich. Der Zuschauer wird angerufen. Mittels Telefonie, Spracherkennung und -steuerung wird der Dialog hergestellt. Die Antworten des Zuschauers werden in Befehle umgewandelt. Die Software spielt dann die passende Szene ab.

So entsteht bei jedem Anrufer ein anderer Film. Er entscheidet, welchen Weg sie auf der Flucht aus dem alten Sanatorium wählt, ob sie anderen Opfern hilft, ob sie überlebt oder Opfer ihres sadistischen Entführers wird. Dabei hört der Zuschauer am Telefon nicht nur die Stimme der Hauptdarstellerin, sondern erlebt hautnah und parallel zum Film ihr Atmen, ihre Schritte, ihre ganze Angst. Der Film Last Call sorgt national wie international für Aufsehen und Begeisterung.

„Wir wollen Grenzen aufheben: die zwischen Film und Game und die zwischen Leinwand und Zuschauer“, erklärt Andreas Henke, Creative Director von Jung von Matt zum Konzept für 13TH STREET.

„Mit dieser innovativen Werbeform sind wir First-Mover in Sachen nie zuvor dagewesener Zuschauer-Interaktion. Last Call rückt dabei unseren Sender, der für nervenaufreibende Zuschauer-Erlebnisse steht, in genau das richtige Licht. Wir freuen uns sehr auf den weiteren Einsatz des ersten interaktiven Horrorfilms Deutschlands“, erläutert Katharina Behrends, Geschäftsführerin von NBC Universal Global Networks.

„Man muss sich vorstellen, dass der Kinobesucher seine Stimme wie eine Fernbedienung beim Zappen nutzt. Er gibt die Anweisungen übers Handy im Dialog mit der Hauptdarstellerin.“ so Jürgen Day, Key Account Manager von Telenet GmbH Kommunikationssysteme.

Beteiligte Unternehmen:

Aixvox GmbH, Detlev Artelt (Beratung Sprachtechnologie), Jung von Matt / Spree (Kreativagentur), Powerflasher GmbH (Programmierung), Telenet GmbH Kommunikationssysteme (Telefonie und Sprachsteuerung), Film Deluxe (Filmproduktion), NHB Studios Berlin (Audioproduktion)

Jung von Matt:

Holger Jung und Jean-Remy von Matt gründeten 1991 in Hamburg die Kreativagentur Jung von Matt. Heute, 18 Jahre später, agiert die nicht börsennotierte Aktiengesellschaft als Holding mit Agenturen in Deutschland, Österreich, Schweiz und Schweden und bietet ihren Kunden kreative und effiziente Marketingkommunikation über alle Kanäle und Disziplinen. Zu den Kunden zählen unter anderen BILD Zeitung, Bosch, Mercedes-Benz, Nikon, TUI, Sixt, Unilever, Deutsche Post und RWE.

Telenet:

Telenet GmbH Kommunikationssysteme mit Sitz in München ist einer der führenden Spezialisten für Sprachdialoglösungen sowie Testlösungen für VoIP, Voice, Video, Sprachanwendungen und Contact Center im deutschsprachigen Raum. Seit der Gründung 1982 pflegt Telenet Partnerschaften sowie strategische Allianzen zu zahlreichen namhaften Unternehmen aus der Voice- und Telekommunikationsbranche. Sie sorgen für eine kundenfreundliche Teil- oder Vollautomatisierung telefonischer Kundenservices sowie innovative Marketingkampagnen. Weitere Informationen unter www.telenet.de.

Pressekontakt:

Judith Gerke-Reineke, PR-Referentin
Tel: 089/360 73 – 146
Fax: 089/360 73 – 125
E-Mail: j.gerke-reineke@telenet.de

Telenet GmbH Kommunikationssysteme
Marsstrasse 33
80335 München
<http://www.telenet.de>