uniqFEED – virtuelle Werbung erschliesst neue Sportsponsoring-Potenziale

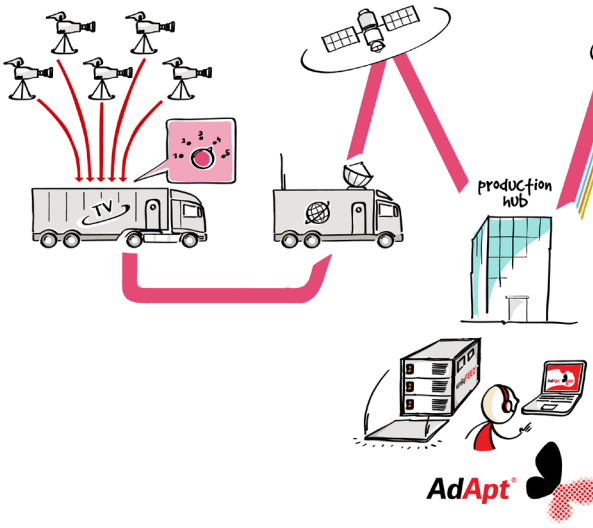
Das Spin-off Unternehmen der ETH Zürich ersetzt in Echtzeit reale Werbung in Stadien oder auf Courts virtuell durch andere Werbeinhalte. Aus einem einzigen Weltsignal werden gleichzeitig mehrere kontinentale, regionen- oder länderspezifische Bild-Signale, sogenannte Localized Feeds, erzeugt. Computer Vision Technologie, mit Augmented Reality (AR) und künstlicher Intelligenz (AI), erschliesst das nächste Level der modernen Sportvermarktung. Die ausschliesslich softwarebasierte, nicht-intrusive, skalierbare und kosteneffiziente AdApt-Lösung generiert dem Rechteinhaber Mehrwerte und Erlösmaximierung. Sponsoren und Werbetreibende erreichen dank gezieltem Einsatz der relevanten Werbung ihre Zielgruppen noch besser.



von
Lukas Gysin
CEO und Gründer
uniqFEED AG

Die Visibilität der Sponsoren bei Fussball- oder Tennismatches ist primär auf die Bandenflächen fokussiert. Mit der LED-Technologie konnte diese zwar gesteigert werden, doch die Sponsoren mussten sich stets für eine Kernbotschaft in einer Sprache entscheiden (keine Substitution), die global für alle Märkte beziehungsweise Regionen galt. In Zeiten des Inboundmarketing, von Behavioral-Targeting und Content-Marketing, steht das Erreichen des einzelnen Kunden, das Targeting, im Zentrum der Marketing-, Werbe- und Kommunikationswelt.

Bestehende Stadionbanden in anderen Märkten durch virtuelle Überblendungen im Sendesignal individuell anzupassen, galt in technischer Hinsicht bisher als komplex und aufwändig: technisch intrusive Ansätze mit komplexen Manipulationen an LED-Banden und Kameras verbunden (hardware-basierte Systeme) gibt es vereinzelt. «Diese eingeschränkte Kompatibilität und Flexibilität gilt es für uns zu überwinden, um eine leicht zu implementierende, kosteneffiziente und skalierbare Lösung anzubieten», so uniqFEED CEO und Gründer Lukas Gysin. «Eine aus-schliesslich softwarebasierte, nicht-intrusive Lösung ist heutzutage dank der noch jungen, aber zukunftsträchtigen Computer Vision Technologie im Zusammenspiel mit künstlicher Intelligenz möglich.»



uniqFEED's Plug & Play Lösung kann auch als Remote Production eingesetzt werden. ManiCode reduziert die Kosten der Distribution.

Marktzugang für regionale Sponsoren, Markterweiterung für globale Sponsoren

uniqFEED schafft mit AdApt, ihrer softwarebasierten Lösung für Virtuelle Werbung, diese gezielte Kommunikation von Werbeinhalten und -botschaften. Sie erweitert damit das Spektrum der Nutzung der real existierenden Bandenwerbung – unabhängig vom LED-Bandenhersteller und passend für statische Banden. Globale Sponsoren haben somit erweiterte Möglichkeiten, unterschiedliche Produkte in verschiedenen Märkten zu bewerben oder auch nur gewisse Märkte zu buchen. Regionale Sponsoren können bei internationalen Grossveranstaltungen Werbung nur für den eigenen Zielmarkt in der Zielsprache.

Für Rechteinhaber steigern sich die Sponsoringeinnahmen. Sponsoren erreichen dank virtueller Multiplikation der Werbeflächen ihre Zielgruppen fokussierter, weil die Rezipienten während der Matches mit relevanter Werbung versorgt werden, ohne dass sich für die Zuschauer, Sportler und Medien im Stadion etwas ändert.

Rein softwarebasierte Plug & Play Lösung für maximale Kompatibilität

uniqFEED setzt mit dem softwarebasierten Ansatz auf diejenige Technologie, die komplexer und aufwändiger in der Entwicklung ist. Das

uniqFEED AG
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich
Telefon 044 500 43 32
info@uniqfeed.com
www.uniqfeed.com

Endprodukt, eine Plug & Play Lösung, garantiert dafür ein einfaches, skalierbares und kosteneffizientes Operating (Lean Operation). Die AdApt-Lösung kann deshalb in einem externen Medienhub, als sog. Remote Production, installiert und eingesetzt werden. Sie funktioniert unabhängig von komplizierten Prozessen im Stadion wie Kamera-Sensortechnik oder spezifisch vom LED Banden-Herstellern eingebauten Technologien.

«Gerade im internationalen Umfeld und bei seriellen Meisterschaften wie eine Fussball-Liga ist dies entscheidend», so Gysin. «Die Rechtehalter wie FIFA, UEFA, DFL, English Premier League, NHL oder ATP haben an verschiedenen Internationalen Austragungsorten bereits mit unterschiedlichsten Vertragspartnern und Technologien getestet. Wir steigern mit unserer Plug & Play Lösung die Sponsoringeinnahmen für den Rechtehalter um ein Mehrfaches, ohne auf bestimmte Bandenhersteller oder TV-Produktionsstandards angewiesen zu sein.» Diese kosteneffiziente und flexibel einsetzbare Lösung für Virtuelle Werbung überzeugt beson-ders globale Rechtehalter.

Live-Tests begeistern alle

Die hohe Qualität und simple Implementierung ist für die Sportveranstalter entscheidend. Frühzeitig hat sich der Veranstalter der ATP 500 Swiss Indoors, Basel, zu uniqFEED bekennt und seit der Firmengründung 2015 Tests unter Live-Bedingungen ermöglicht. «Dadurch konnten wertvolle Erfahrungen mit Rechtehaltern, Veranstaltern und TV-Produzenten gemacht werden, um die AdApt-Lösung robust, stabil und produktereif zu machen», ergänzt Gysin.

Mit End-to-End-Streaming wurde die Markttauglichkeit gezeigt. Dank ManiCode, dem zweiten Produkt von uniqFEED, kann die Satellitenkapazität oder Bandbreite gespart werden und reduziert die Kosten der Distribution.

Gezielt setzt sich uniqFEED auch mit den Sponsorenbedürfnissen und An-forderungen von Spielern an die Wettkampfstätte auseinander, um allfällige Interessenkonflikte beim Veranstalter respektive Rechtehalter von Anfang an zu vermeiden. Gerade Tennisspieler werden von grell leuchtenden LED Banden Spieler mit animierter Werbung auf visuell abgelenkt, haben Schwierigkeiten, den Bällen zu folgen, und bevorzugen vor allem kleinere Logos auf den Werbebanden.

Sponsoren hingegen wollen grossflächige Werbebotschaften platzieren und damit mehr visuelle Präsenz transportieren, ohne Einbussen der Qualität im Bildsignal hinnehmen zu müssen. uniqFEED kann Werbebotschaften virtuell auf den bestehenden Banden präzis anpassen beziehungsweise verändern oder sogar animieren, um die Visibilität der Brands gezielter und bewusster für die Rezipienten wahrnehmbar zu machen.

Stufenweiser Produktelaunch in verschiedenen Sportarten

uniqFEED bringt ihre AdApt-Lösung für virtuelle Werbung stufenweise auf den Markt. Die derzeitige Version deckt die Haupt- respektive Führungskamera bei Court-Indoor-Sportarten wie Tennis, Badminton und Tischtennis ab, um die Logos auf den (LED-)Banden, auf Schiedsrichterstühlen und auf dem Netz virtuell zu ersetzen. Zusätzliche Flächen ohne bestehende Werbung, etwa unter dem Netz im Badminton, können mit der aktuellen Version ebenfalls eingeblendet werden.

Die Folgeversionen decken weitere Kameras im Indoor-Setting und können mit diversen Outdoor-Settings umgehen, wie etwa wechselnde Lichtverhältnisse. uniqFEED plant, im Jahre 2020 eine vorführbare Fussball-Version im Markt zu präsentieren. Extreme technische Herausforderungen, unter anderem komplexe Wettereinflüsse wie Nebel, Rauch, Schnee, Leuchtpetarden, sollten bis dahin gelöst sein.

Lukas Gysin und das uniqFEED-Team sind mit ihrer rein softwarebasierten, nicht-intrusiven, skalierbaren und kosteneffizienten Plug & Play Lösung auf dem richtigen Weg, die Sportvermarktung auf ein neues Level zu hieven. Sie schaffen für die Rechteinhaber, Veranstalter und Sponsoren messbare Mehrwerte und erschliessen neue, kommerzielle Potenziale.



uniqFEED's AdApt-Lösung für virtuelle Werbung im Einsatz während dem ATP 500 Swiss Indoors Turnier in Basel.