

WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



Kontextadaptive Systeme: überall - auch in der digitalen Werbung...

Christine Bauer

WU Competence Day 2011, 17.11.2011

Die Zukunft der Werbung



Werbung in der „physischen Welt“: Digital Signage



Digital Signage ist einer der am stärksten wachsenden Märkte im Bereich Display- und Medientechnik.

- Erwarteter **Nettowerbeumsatz** der digitalen Außenwerbung EUR **630 Mio.** (2012)
- In Europa:
 - 2010: 4% Marktanteil der digitalen Außenwerbung in Westeuropa
 - Prognose 2012: 10% Marktanteil



Hinreichende Aufmerksamkeit ist zentrales Element in der Werbung.

Rund 80% der Kunden
schauen überhaupt
nicht auf den Display.

Aufmerksamkeit erzielt
man durch die
richtigen Inhalte und
den **richtigen Moment**.

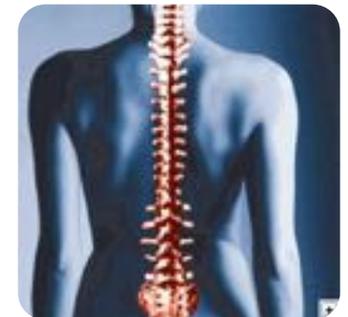
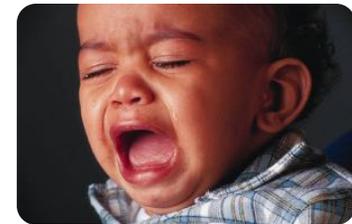


Ein kontextadaptives System...

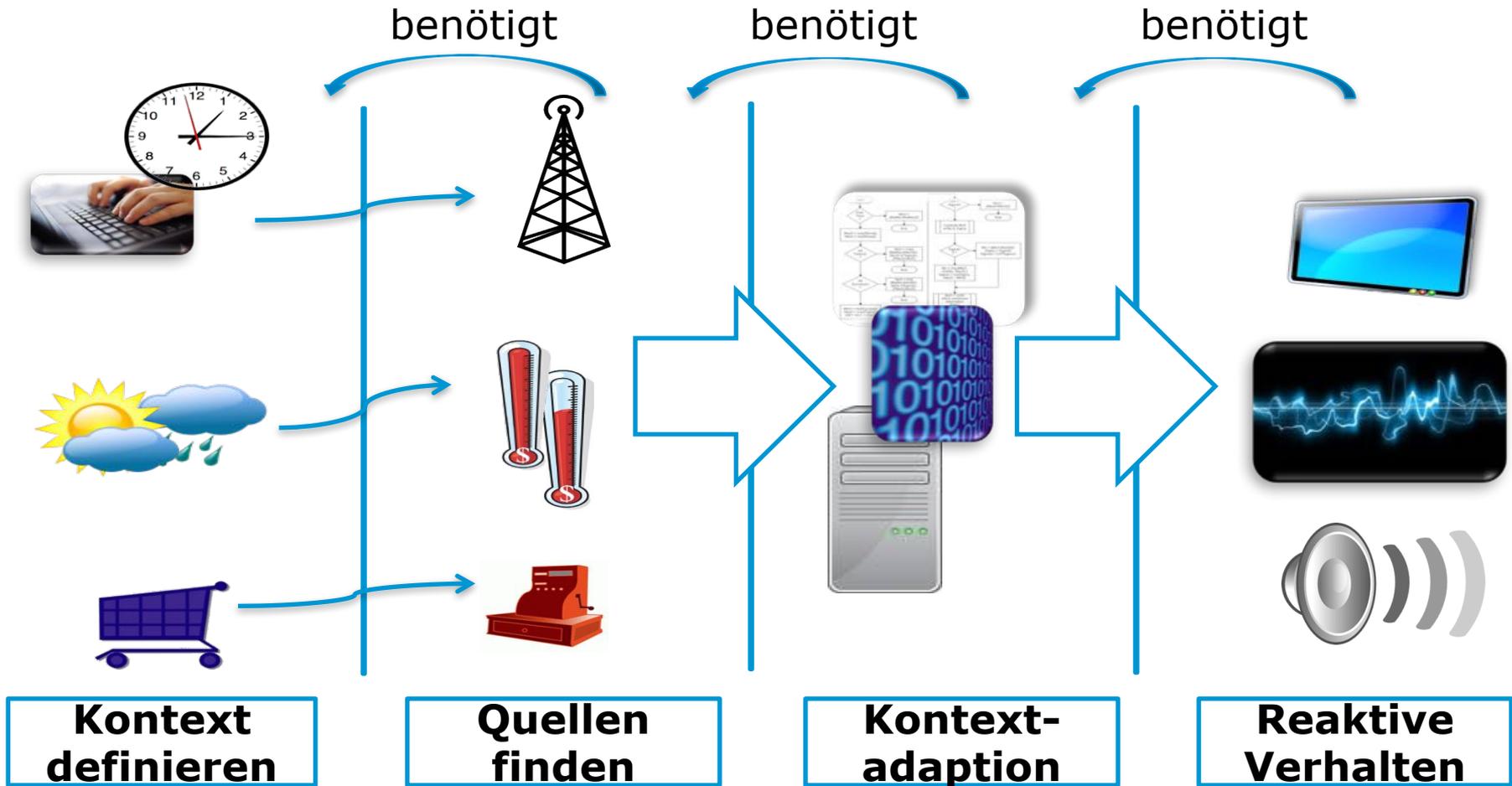
erfasst die
aktuelle
Situation

passt sich
eigenständig
an diese
Situation an

Kontext kann vieles sein.



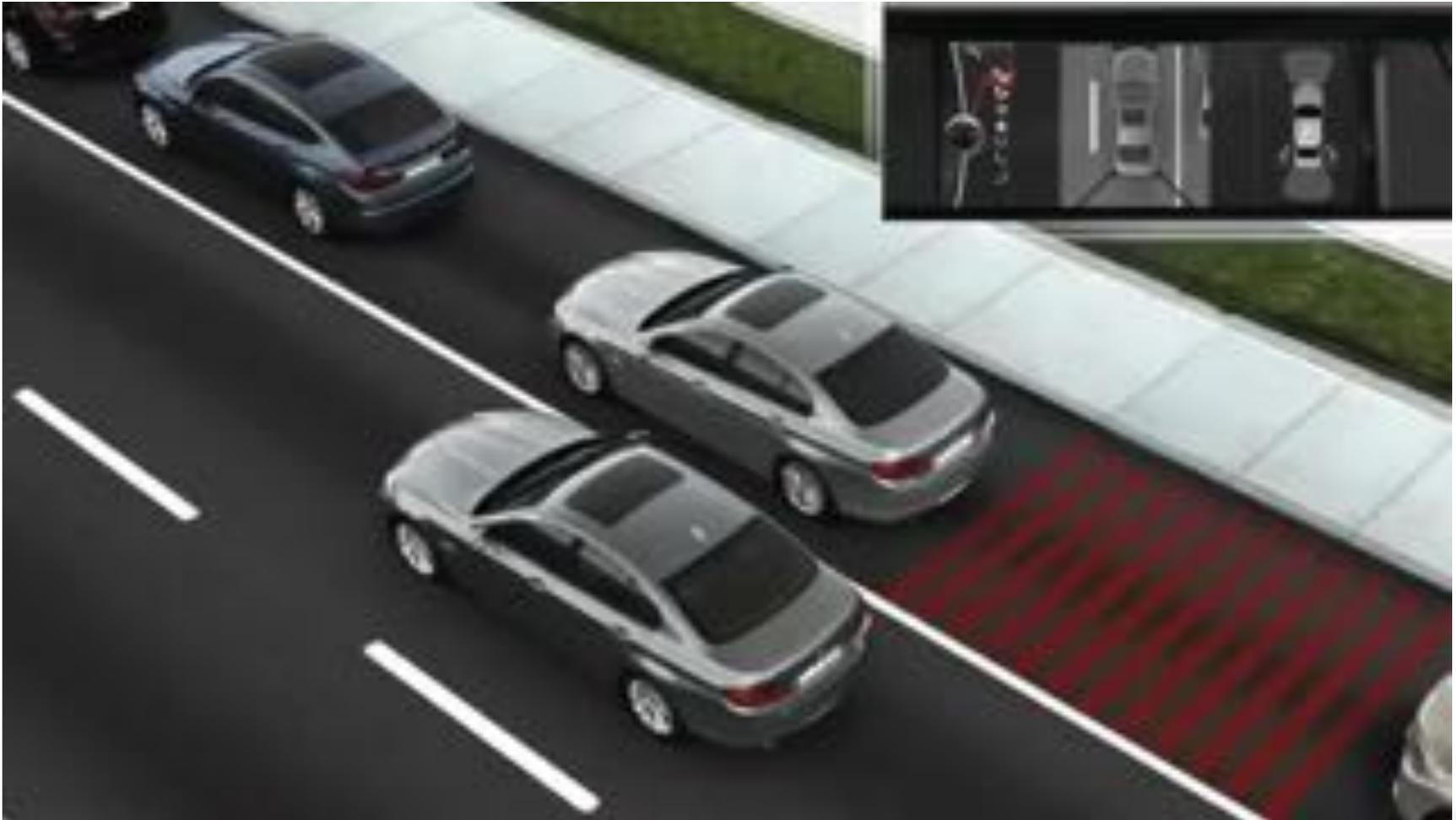
Kontextadaptivität durchläuft einen Prozess.



Jedes Kind kennt kontextadaptive Systeme.



Technik arbeitet für uns. Einparkhilfe



Studien zeigen die positive Werbewirkung von Kongruenz.

- **Kongruenz** bedeutet Gleichheit. Zwei Elemente passen zusammen.
- **Kontrast** wird durch ein gegensätzliches Paar gebildet.
- Soll Werbung **Gleiches mit Gleichem** verbinden oder **Kontrast** bilden?





Produkt mit kongruentem Kontext



**Positive
Auswirkung auf
Erinnerung und
Wiedererkennung
sowie
Aktivierung von
Verhalten**

Produkt mit kontrastierendem Kontext



**Negative
Auswirkung auf
Einstellung.**

**ABER: Bei hoher
Aufmerksamkeit
(Zeit!) → positiver
Effekt auf
Erinnerung und
Wiedererkennung.**



Digital Signage kann in Echtzeit auf wechselnden Kontext reagieren.



Online-Empfehlungssysteme reagieren bereits auf Kontext.



amazon.com.

Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch



Das magische Wörterbuch Englisch - Deutsch: NO... von Samira El-Komri
★★★★☆ (9)
EUR 5,95



The Lord of the Rings (3 Book Box set) von John R. R. Tolkien
★★★★☆ (164)
EUR 16,95



Fantastic Beasts & Where to Find Them: Reissue:... von J.K. Rowling
★★★★☆ (18)
EUR 6,90



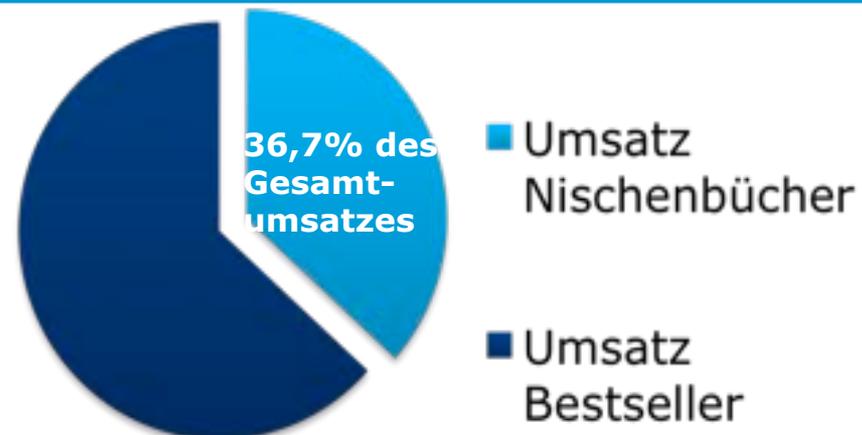
Langenscheidts Großes Zisterwörterbuch Engl... von Joanne K. Rowling
★★★★☆ (15)

Online-Empfehlungssysteme steigern den Umsatz.



Amazon.com's Empfehlungssystem ermöglicht einen Umsatz für Bücher aus dem Nischensegment von **36,7%** des Gesamtumsatzes (2008)

amazon.com[®]



Etablierte Filtermethoden

Herausfiltern bestimmter Inhalte

- „Zu diesem Produkt empfehlen wir...“

Filtern von gleichgesinnten Meinungen

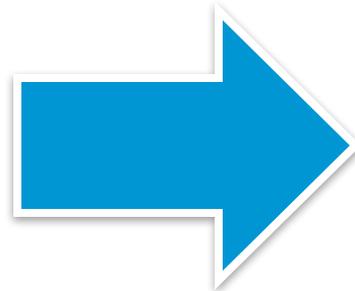
- „Kunden mit ähnlichen Präferenzen kauften...“

Filtern von gleichgesinnten Meinungen von Produkt zu Produkt

- „Kunden, die dieses Produkt kauften, kauften auch...“

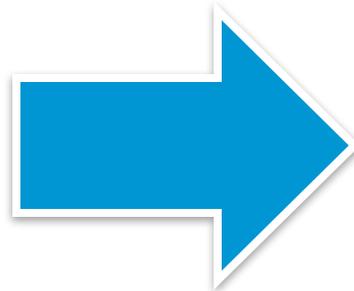
Herausfiltern bestimmter Inhalte

„Zu diesem **Steak** empfehlen wir diesen **Rotwein**.“



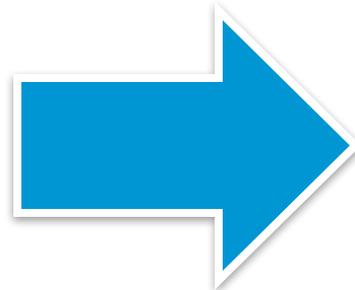
Filtern von gleichgesinnten Meinungen

„Kunden mit ähnlichen **Präferenzen** wie Sie kauften diesen **Rotwein**.“



Filtern von gleichgesinnten Meinungen von Produkt zu Produkt

„Kunden, die dieses **Steak** kauften, kauften auch diesen **Rotwein**.“



WU

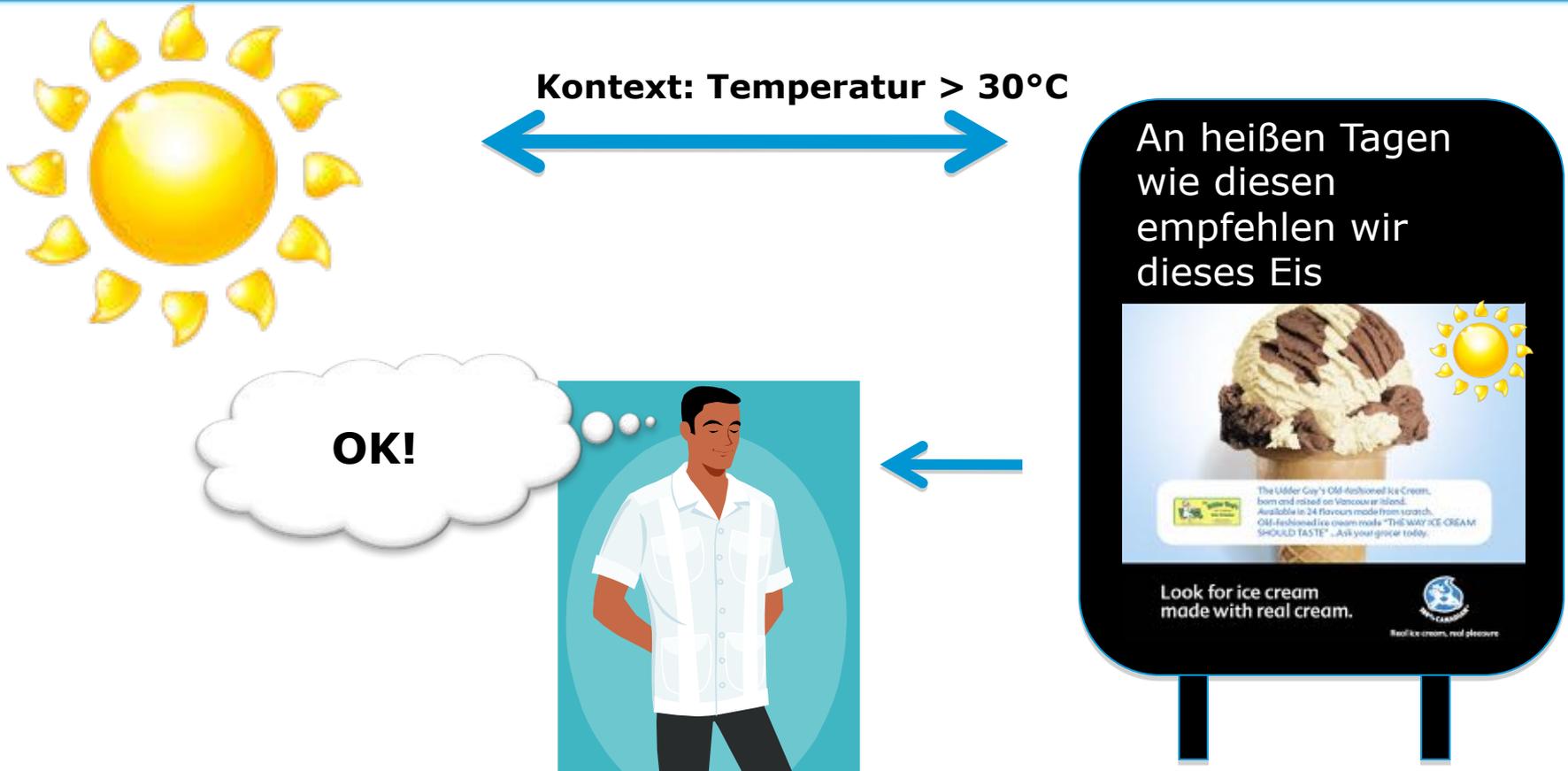
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS



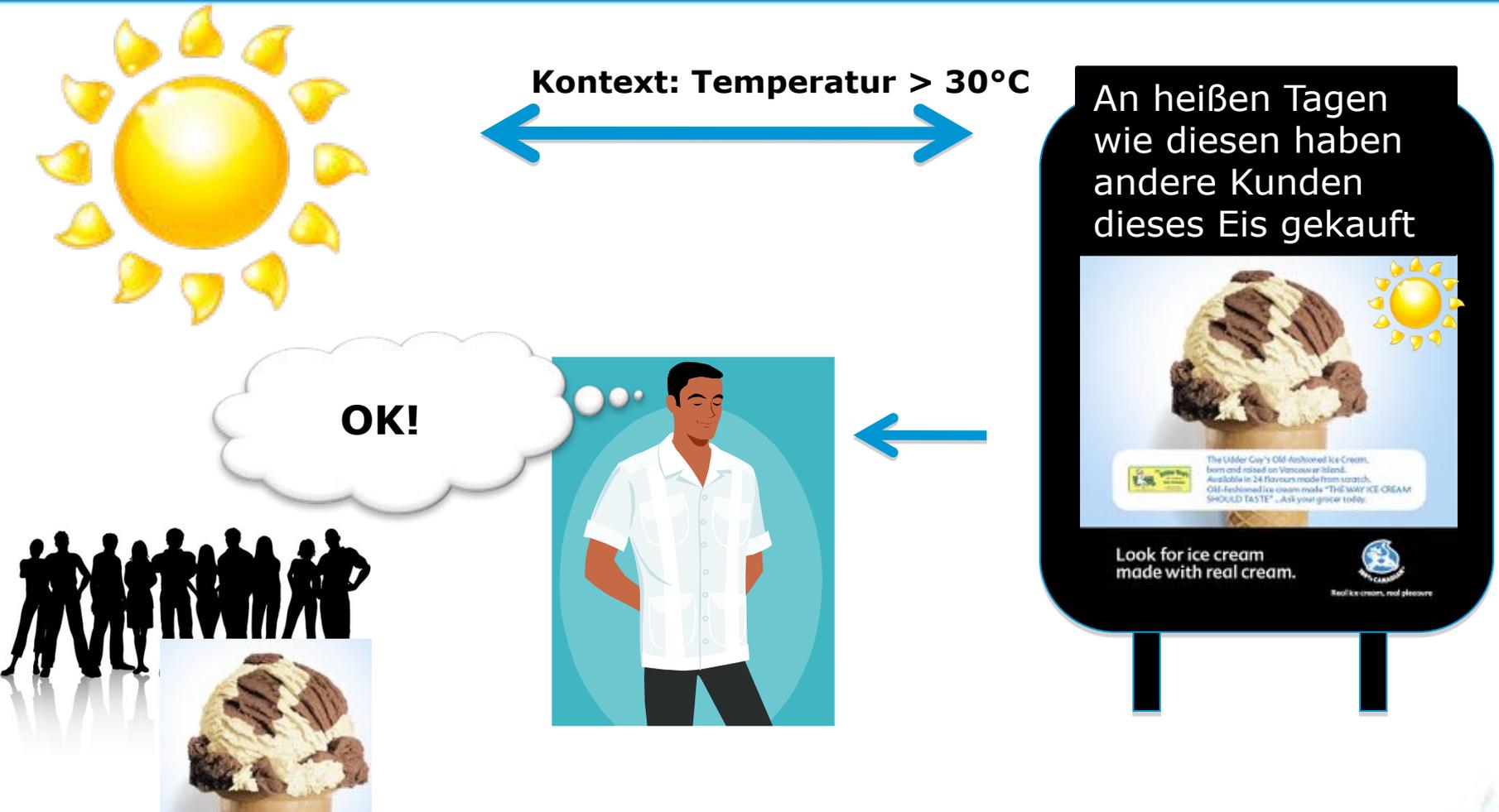
Denke in größeren Dimensionen!

Kontextsensitive Ansprache kann Displaywirkung und Umsatz steigern.

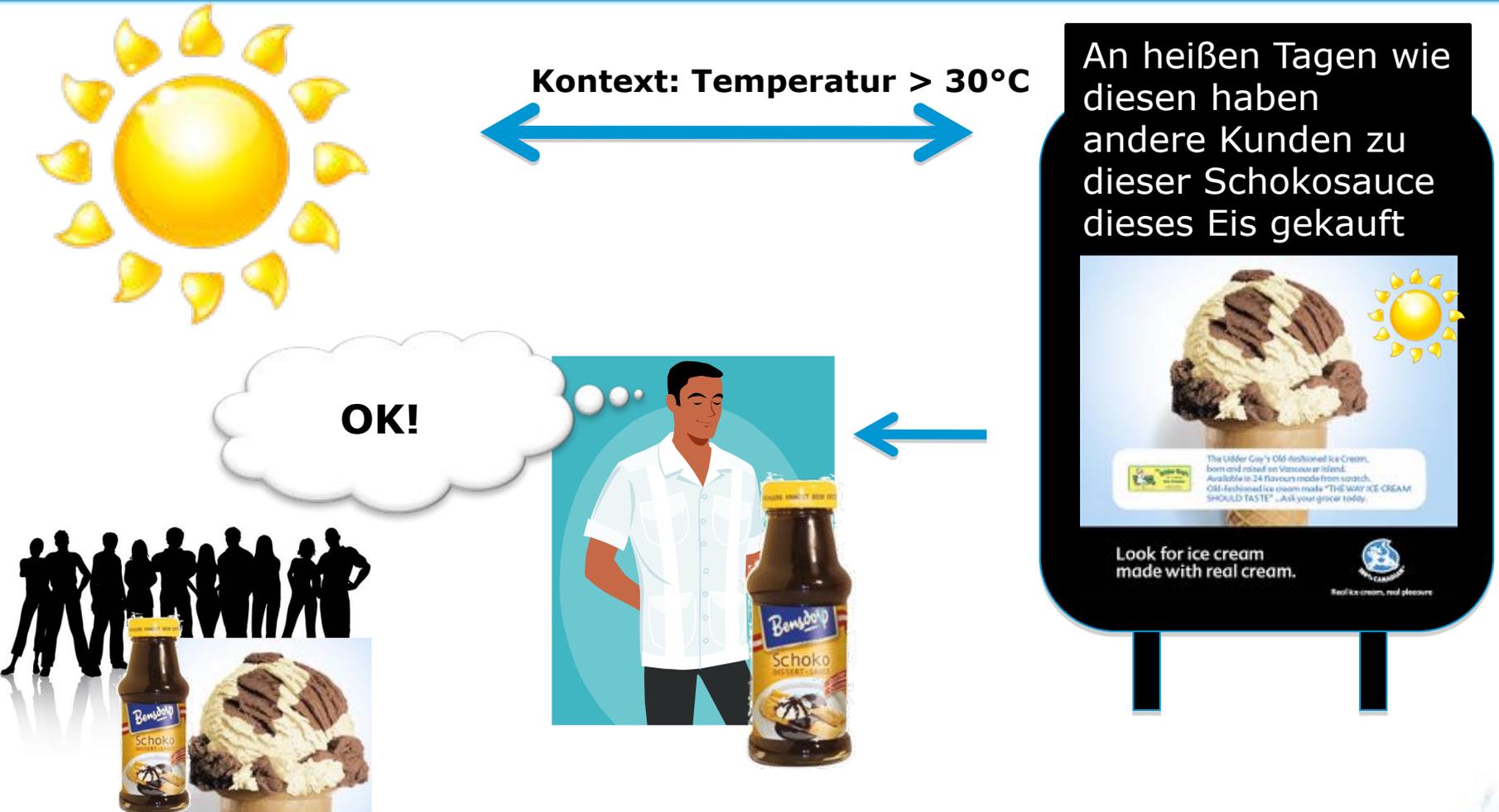
Kontextbasiertes Filtern



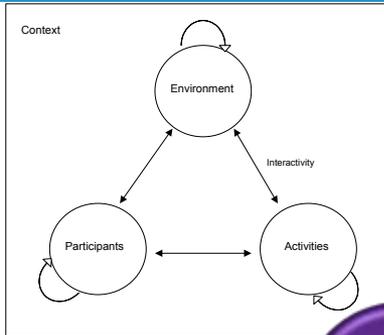
Filtern von gleichgesinnten Meinungen anhand von Kontext



Filtern von gleichgesinnten Meinungen anhand von Kontext von Produkt zu Produkt

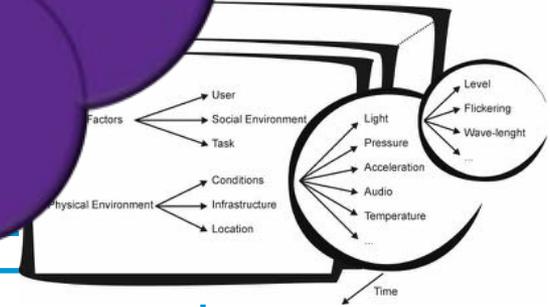
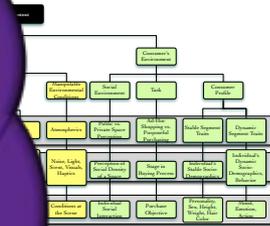
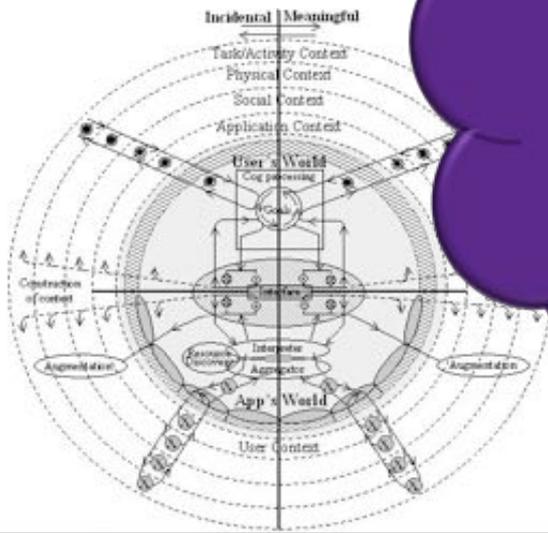


Existierende wissenschaftliche Modelle zu Kontext sind...



Generisch
 (z.B.

**Systemdesigner
 brauchen
 Unterstützung in der
 Wahl von
 Kontextvariablen!**



(B. Bradley &
 Dunlop 2005)

Key for user's world	Key for application's world
<ul style="list-style-type: none"> The confluence of context dimensions embedded in temporal content (depicted by outer red circle) Perceptual sensing (i.e. through 5 senses) Focal user activities/actions Interact with user-interface Interact with living organism(s) or natural/synthetic object(s) 	<ul style="list-style-type: none"> Serialized dimensions of context embedded in a temporal content (depicted by outer red circle) Application sensors Widgets that wrap around sensors Focal application service Information transmitted to the user via interface Communicate with other computers (on occasions undertaken without user intervention/knowledge)

: ÜBERALL - AUCH IN DER DIGITALEN WERBUNG...

Wir bieten die Antwort.

Die Definition von Kontext ist ein dynamischer Prozess.

Strukturieren

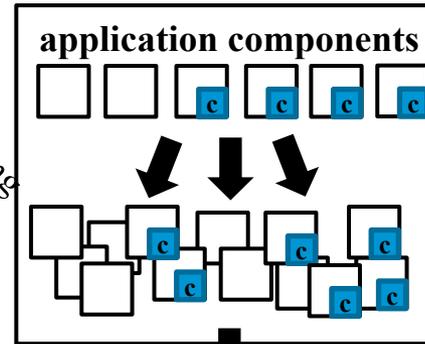
Relevanz beurteilen

Kombinieren

Präzisieren

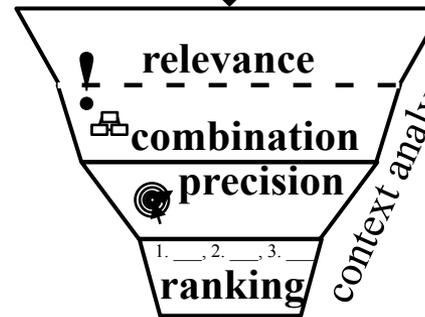
service idea

structuring



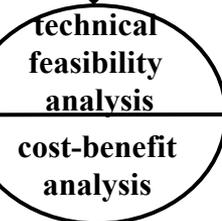
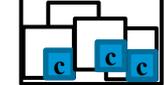
information landscape

eliciting



context analysis

short list



evaluating

s p e

decision

Die Zukunft der Werbung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Institute for Management Information Systems

Department of Information Systems and Operations
Augasse 2-6, UZA II, 1090 Vienna, Austria

Mag. DI Dr. Christine Bauer

T +43-1-313 36-4420
F +43-1-313 36 90-4420
chris.bauer@wu.ac.at
www.wu.ac.at/ec