

Presseinformation

antwerpes gewinnt drei COMPRIX-Gold-Awards

Triple für die antwerpes Creats

Köln, Juni 2019. Mit gleich drei digitalen Projekten konnten die Creative Creats von antwerpes beim diesjährigen COMPRIX punkten und wurden mit Gold-Awards ausgezeichnet. Gewonnen haben die Messe-Anwendung „Hit the Bacteria“ für Bayer Tiergesundheit, der Service-Bot „Frag Henning“ für Sanofi-Aventis und das Online-Game „Dentocopter“ für Sanofi-Aventis Dental.

Am 24. Mai war es wieder so weit – das „Who is Who“ der Healthcare-Kommunikation traf sich zur diesjährigen COMPRIX-Award-Verleihung in Berlin und kürte die kreativsten und innovativsten Projekte der Branche. Die digitalen Creats von antwerpes konnten sich gemeinsam mit Ihren Kunden über drei Gold-Awards freuen.

Den ersten Preis des Abends heimste die für Bayer Animal Health entwickelte Augmented Reality-Anwendung „Hit the Bacteria“ ein. Das Tiergesundheitsportfolio von Bayer spielerisch zu kommunizieren und Produkte aus dem Tierbedarf für Tierärzte erlebbar machen, das war die Idee hinter dem interaktiven Spiel. Der Einsatz von Augmented Reality gepaart mit der Kinect-Technologie erlaubt es, mit einfachen Gesten die Messe-Anwendung zu steuern. So werden spielerisch Hunde und Katzen mit Seresto-Halsbändern vor Schädlingen gerettet oder mithilfe der Veraflox Spritze Bakterien abgeschossen.

Den zweiten Gold-Award bejubelte das Team für den für Sanofi-Aventis entwickelten Chatbot „Frag Henning“. Der Bot führt den Arzt charmant durch seine Fragen rund um die Schilddrüse und platziert mithilfe von täglich hinzukommenden Dialogen topaktuelle Themen wie Aktions-Wochen, Veranstaltungen oder die Publikation von neuen Studien. Der Inhalt der Website und der Dialog zwischen Arzt und der Marke „Henning“ ist dabei immer individuell und passend zugeschnitten, denn dank eines ausgeklügelten Datenbanksystems und einem individuell entwickelten Bot-Framework erkennt die Website, welche Inhalte einen wiederkehrenden Arzt interessieren könnten und stimmt sein zukünftiges Verhalten darauf ab.

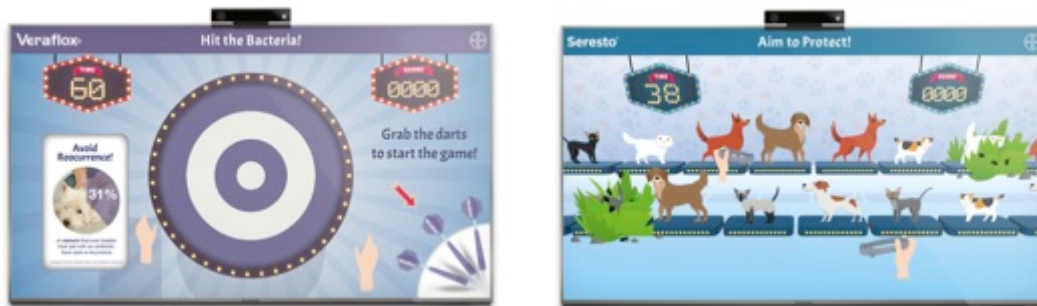
Alle guten Dinge sind drei – Der dritte Gold-Award des Abends ging an das für Sanofi-Aventis Dental entwickelte Online-Game „Dentocopter“, das Zahnmedizin, Gamification und Interaktion verbindet und dadurch einen neuartigen Touchpoint zwischen Sanofi und deren Kunden schafft. Die Zähne werden mittels einer intuitiv steuerbaren Drohne spielend leicht an die richtige Stelle gelenkt und passend im Kiefer platziert. Der Unterhaltungswert sorgt so für wiederholte Besuche auf der Plattform www.dental.sanofi.de, verlängert die Verweildauer auf der Seite und generiert

Presseinformation

ePermissions von Zahnärzten. Zudem kann der User mit jedem abgeschlossenen Spiel eine Spende an das Medikamentenhilfswerk Medeor erspielen.

„Wir sind natürlich überaus stolz, dass wir auch in diesem Jahr wieder mit innovativen Technologien und kreativen Ideen nicht nur unsere Kunden, sondern auch die COMPRIX-Jury begeistern konnten“, so Thilo Kölzer, CEO der antwerpes ag.

Bildmaterial:



BU: AR- und Kinect-Technologie vereint, schaffen spielerisch Aufmerksamkeit für die Bayer Animal Health Produkte.



BU: „Frag einfach Henning“ wenn es um die Behandlung der Schilddrüse geht.



BU: Auch Zahnärzte wollen begeistert werden! Einfach mal abheben statt abschalten - mit dem Dentocopter.

Presseinformation

antwerpes ag

antwerpes entwickelt kreative Kommunikationskonzepte für den Healthcemarkt. Die Kölner Agentur hat sich dabei zum Ziel gesetzt, ihren Kunden innovative Lösungen aus einer Hand zu bieten. Die antwerpes ag beschäftigt rund 140 Mitarbeiter und gehört zur DocCheck Gruppe.

Pressekontakt

antwerpes ag
Tatjana von Weymarn
Vogelsanger Str. 66, 50823 Köln
Telefon: +49-221-92053-525
E-Mail: presse@antwerpes.com

<http://www.antwerpes.com>