

EYECATCHER

**DAS ERSTE AR-GAME,
DAS MAN MIT DEN AUGEN SPIELT**

AUSGANGSLAGE

«Wie fit sind eigentlich meine Augen?»

Eine Frage, die man ganz einfach mit einem professionellen Sehtest bei einem der über 100 Dynoptic-Optiker beantworten kann. Nur, wie bewirbt man so eine trockene Dienstleistung? Zum Beispiel mit einer interaktiven Mobile First Kampagne, die auf spielerische Art die Augenfitness testet.

LÖSUNG

Eigens um die Sehtests der Dynoptic-Optiker zu bewerben, wurde Eyecatcher entwickelt, das erste AR-Game, das man mit den Augen spielt. Die Aufgabe: Die herunterfallenden Augen ins Visier nehmen und mit einem Blinzeln einfangen. Erwischt man dabei eine der Dynoptic-Brillen, kann man seine Punkte verdreifachen. Und je mehr Punkte, desto grösser der «Eye-Score». Erwischt man dabei jedoch die Zwiebel, gibt's Tränen und eine Zwangspause. Und wer am Schluss seine Augen auch auf professionelle Art testen will, kann sich am Ende des Games zu einem Sehtest bei einem der Dynoptic-Partner anmelden. Beworben wurde das Game durch eine gezielte Social-Media-Kampagne inklusive den ersten interaktiven AR-Ads auf dem Schweizer Werbemarkt, mit denen man durch einen Klick direkt im Game landete.

RESULTAT

Mit dem Start der Kampagne war das Battle um den höchsten «Eye-Score» eröffnet: Eyecatcher fand schon in kurzer Zeit eine grosse Game-Community, die ihren Blick kaum mehr vom Handy-Display wenden konnte und die ihre «Eye-Score» freudig untereinander teilte. Neben 2 Millionen erreichten Personen,

5.2 Millionen Impression und 180'000 Interaktionen konnte so auch eine aussergewöhnlich langen Durchschnitts-Spielzeit von über 4 Minuten erzielt werden.

2 MILLIONEN PERSONEN

5,2 MILLIONEN IMPRESSIONS

ÜBER 4 MINUTEN DURCHSCHNITTS-SPIELZEIT

180K
Interaktionen
während 1 Monat