



EVENTYRBRILLER. Jan Georg Lehmann Røed (til venstre) i Bug og Torkell Sætervadet i Unique Cinema Systems med siste generasjon 3D-briller. Foto: Øyvind Elvsborg

Kikker på ny reklame

REKLAME

Kinoreklame med lukt, tredimensjonal film og dekorerte T-banestasjoner. Kreative reklameselgere posisjonerer seg for dårligere tider.

JOSTEIN LJØNES
OSLO

Strandstoler og parasoller, sol, lettledde mennesker og bølgeskulp. Kinolernetet fylles av sommer og ferie, og søtlig parfymeduft siver inn i kinoen – umiskjennelig lukten av solkrem fra Nivea.

Claus Runge i tyske Maxxscnt håper at norske reklamebyråer skal se verdien av lukt, og at norske kinoer skal kjøpe hans duftboks til knapt 100.000 kroner.

Duften av suksess

Claus Runge har solgt luktanlegg til kinoer i Tyskland, Nederland og Belgia. Han startet Maxxscnt i 2006, og samarbeider med kinoreklameselskapet Capa.

– Det startet med at vi gjorde noen tester med Nivea solkrem, som har en duft som store deler av verdens befolkning kjenner til. I de første forsøkene viste undersøkelser at reklameeffekten ble 25 prosent bedre med lukt, men da brukte vi lave konsentrasjoner. Med høyere konsentrasjoner ble det gjort tester som viste at oppmerksomheten rundt reklamen økte med over 500 prosent, sier Runge.

Han har blant annet solgt blomsterduft til kjolereklame, Dove-såpefilm med lukten av frisk agurk og markedsført Stimorol med duften av tropiske frukter. Duftene bør ideelt sett



MORO MED LUKT. Claus Runge i Maxxscnt fyller salen med umiskjennelig Nivea-lukt. Foto: Øyvind Elvsborg

kjøres gjennom friskluftanlegget i kinosalen, det er mest effektivt, mener Runge.

Disney åpner for reklame

Kino er en av de minste reklamekanalene, og er av mediebyråene spådd et omsetningsfall på 8,5 prosent i år.

– I nedgangstider blir man tvunget til å tenke mer kreativt, sier markedssjef Espen Strand Henriksen i Capa Kinoreklame, som denne kvelden har invitert reklamebransjen til inspirasjonskveld i heldigitale Ringen kino i Oslo.

De rundt 100 fremmøtte fikk blant annet oppleve en tredimensjonal U2-konsert, med siste generasjon 3D-briller.

Produksjonsselskapet Bug i Bergen har eksperter på høyoppløselige animasjoner og 3D-film, og jobber blant annet på oppdrag for Disney. Neste år kommer ni Disney-animerte filmer i 3D-versjon.

Spill på kino

3D-reklame blir interessant når publikum allerede har brillene

som må til for å se filmene. En 3D-produksjon koster rundt 50 prosent mer enn standard film, anslår markedssjef Jan Georg Lehmann Røed i Bug.

– Det er også noen som jobber med å lage interaktive spill i reklamen, man kan for eksempel sette én kinosal til å spille mot en annen i «realtime», sier Lehmann Røed.

«Talk of the town»

Utendørsreklame er en av reklamekanalene som har vokst mest de siste årene, mye takket være nye formater. Før jul dekorerte utendørsreklameselskapet JCDecaux Norge to hele T-banestasjoner med reklame for Hennes & Mauritz' designkolleksjon. Motereklamen dekket vegger, stolper, dører – alt.

– Det er mye mer kreativitet og lekenhet over reklamen nå. Det aller morsomste er jo hvis man klarer å få en kampanje til å bli en «talk of the town», sier administrerende direktør Øyvind Markussen.

etterbors@dn.no

KULTURUKE

DANSK SOULVOKALIST Hanne Boel har en travel uke oppe hos fjellapene denne uken: Hønefoss (onsdag), Arendal (torsdag), Drammen (fredag) og Sentrum Scene i Oslo (lørdag). Artisten vil kanskje oppfatte det som en fornærmelse, men for denne spalte er hennes største øyeblikk den musikalske feiringen av det danske fodbolddholdets EM-seier i 1992: «Re-Sepp-Ten». En killer popsingel der tabloidavisen Ekstra Bladets lesere hadde kokt teksten, komplett med småseksuelle hint som aldri ville falle Ivar Dyrhaug inn, komplett med koring fra Michael Laudrup, Preben Elkjær, Jan Mølby med flere. Svært diskret, heldigvis. Og altså med Boel på vokal.

Så står Leeds' siste stjerne-skudd Kaiser Chiefs på



PÅ TURNÉ. Hanne Boel. Foto: Scanpix

Sentrum Scene, Oslo (fredag). Strålende, særlig hvis de hadde kunnet varte opp med noe i nærheten av en fin melodi på deling.

Og Beatniks, i 1961 et av landets første shadowband, kommer nok til å selge ut Roklubben på Bygdøy i Oslo lørdag. Bare landets lengstlevende leverandør av skjellvende Fender-toner, Svein Finjarn er fremdeles med. Men de har blåsere og leverer garantert full pakke.

Vil ikke legge seg

UNGE VENSTRE protesterer mot regjeringspartienes forslag om at det skal være forbudt å selge alkohol etter klokken 02.

– Det kan ikke være slik at vi skal ha en felles statlig leggetid i dette landet, sier første nestleder Jonas Stein Eilertsen.

Vi har stor forståelse for Unge Venstre i denne saken. De er jo nettopp blitt gamle nok til å være oppe så lenge de vil.



Taket! Gresset! Hvetebrød!

NETTAVISER er generelt sett gode til å stable flokler, og sist ukens aller beste var Kampanje, som under tittelen «Flyr ikke i taket av at gresset er grønnere» forteller at «Get selger HD-

mottakere som varmt hvetebrød».

Vi kan nok også ha våre språklige svin på skogen, men her blir vi sittende med skjegget i postkassen. Så vi biter i det sure eplet og tar av oss hatten for Kampanje.

SITATET

77 Elgkua oppførte seg svært aggressivt overfor oss, men vi hadde ikke store problemer med å skyte den

Harald Ekli i Viltpatruljen i Trondheim beviser menneskerasens totale overlegenhet i Adresseavisen

Kjempetilbud

SELVESTE Paul McKenna, hypnotisør, motivator og forfatter, kommer til en konferanse i Oslo 27. mars. I fall du ennå ikke har forstått hvilken verdensbegivenhet dette er, så har Caroline Kunst Wergeland noe hun vil fortelle deg.

«Man kan da selvfølgelig ikke takke nei til billetter til denne store konferansen,» skriver hun i en pressemelding fra arrangøren Publicom.

«Takke nei» betyr i denne sammenheng å ikke slå til på en billetterabatt på tre hundre kroner. Fra 5900 til 5600 kroner.

FOR 50 ÅR SIDEN



Heretter kommer Lindås skolestyre til å sende tilbake rundskriv som er avfattet på bokmål, uten å lese dem. Dette ble vedtatt på siste skolestyremøte.

I det indiske fyrstedømme Kutch vil det nå bli bygget en kino som får navnet «Oslo Cinema», til minne

om statsminister Gerhardsen og utenriksminister Langes besøk i India i fjor høst.

Kragerø's eldste kjøpmannsforretning, I. A. With, kan i år se tilbake på 100 års virksomhet.

9. februar 1959