

Presseinformation

Corporate Marketing » Launching People

Mit Virtual Reality im echten Leben mehr erreichen

Samsung Markenkampagne #BeFearless endet erfolgreich mit emotionalem Abschlussevent in Dubai

- Teilnehmer überwinden Ängste mit Training in virtueller Realität
- Hochhaus-Seilbahnfahrt mit Freerunner Jason Paul in Dubai
- Mediale Begleitung und Community-Einbindung im Social Web



Schwalbach/Ts. – 1. März 2016 – Mit Hilfe von moderner Technik lassen sich Ängste tatsächlich überwinden. Diese Erkenntnis gewannen 27 junge Menschen im Rahmen der Samsung Markenkampagne #BeFearless. Nach einem Experten-Training mit Virtual-Reality-Programm stellten sich ausgewählte Kandidaten und Kandidatinnen jetzt beim großen Finale in Dubai auch im wahren Leben ihren Ängsten vor großer Höhe und öffentlichem Sprechen. Bei einer Seilbahnfahrt zwischen Hochhäusern und einer Rede vor großem Publikum in einem Theater überzeugten die Teilnehmer nicht nur sich selbst von der Wirksamkeit virtueller Trainingsmaßnahmen, sondern auch die Zuschauer.

An der internationalen Kampagne beteiligten sich 27 junge Menschen aus Deutschland, Österreich, Russland, Rumänien, Bulgarien, Ungarn und den Vereinigten Arabischen Emiraten, die unter 7.500 Bewerbern ausgewählt wurden. Die sechs deutschen Kandidaten und Kandidatinnen litten unter Angst vor großer Höhe und öffentlichem Sprechen. In einem mehrwöchigen, von Experten entwickelten Training stellten sie sich mithilfe der Samsung Gear VR-Brille ihren größten Ängsten. Hilfreiche Tipps erhielten sie unter anderem von Freerunner und Kampagnen-Testimonial Jason Paul während eines Workshops. Danach trainierten die Kandidaten mit einer speziellen Trainings-App, die Angstszenerien simulierte, über mehrere Wochen eigenständig.

Großes Finale in Dubai: Angstkonfrontation im echten Leben

Auf die virtuellen Übungen folgte die Angstkonfrontation in der realen Welt: Beim großen Finale in Dubai bewiesen die Teilnehmer vor einem Publikum ihre Fortschritte. So stellte sich Kandidat Fynn bei einer Seilbahnfahrt durch Häuserschluchten seiner Angst vor großer Höhe. Teilnehmerin Franzi überwand ihre Sprechangst mit einer Rede vor Theaterpublikum. Die Vorbereitung des VR-Trainings hatte großen Anteil am Erfolg. „Mit jedem Mal habe ich mehr Mut gewonnen. Ich merkte, dass ich mir immer mehr zutraute“, so der 23-jährige Fynn. Auch die 19-jährige Franzi zeigte sich begeistert: „Ich erreichte irgendwann den Punkt, an dem ich

dachte: ‚Hey, warum hast du eigentlich Angst?‘.“

Virtual Reality als erfolgreiche Trainingsmethode bei Angstbewältigung

Alles Kopfsache – mit der Markenkampagne #BeFearless knüpft Samsung an Erkenntnisse aus der Verhaltens- und Angstforschung an, in der Virtual Reality bereits seit vielen Jahren erfolgreich als Therapieform angewendet wird. Die Vorteile der Methode liegen auf der Hand: In einer sicheren und für sie gewohnten Umgebung können die Kandidaten mittels VR in ihrem eigenem Tempo ihre Grenzen erweitern. So bestieg Teilnehmer Fynn zunächst virtuell einen verglasten Außenfahrstuhl, sprang danach von einer Klippe und absolvierte Heli Skiing, ehe er sich per 360-Grad-Foto auf dem Dach eines Hochhauses wiederfand.

Auch Teilnehmerin Franzi näherte sich mit jeder VR-Trainingseinheit in kleinen Schritten ihrem großen persönlichen Ziel. Sie übte zunächst vor animierten Zuschauern und in verschiedenen Situationen das freie Reden, ohne dass sich Puls und Stimme überschlugen. So arbeitete sie sich im Szenario „Schulleben“ von einem ungezwungenen Gespräch Level für Level hoch zu einer Präsentation vor einer Klasse, gefolgt von einem virtuellen Vorstellungsgespräch und am Ende einer Rede vor großem Publikum. Die konsequente Vorbereitung wurde mit einem bewegenden Erfolgserlebnis in Dubai belohnt. Dort absolvierte sie unter realen Bedingungen souverän eine Vortragssituation.

Die Teilnehmer sind zuversichtlich, an den Erfolg anknüpfen und auch langfristig ihre Alltagsblockaden beseitigen zu können. Für ein weiterführendes Training wollen sie weiter auf die Samsung Gear VR setzen. Teilnehmer Fynn liebt es, exotische Orte zu bereisen, konnte einige seiner Traumziele aufgrund seiner Höhenängste bislang aber nicht in vollem Umfang genießen. Nach dem VR-Training im Rahmen von #BeFearless hat er sich nun vorgenommen, die aufregende Küstenlandschaft der Fjorde in Norwegen angstfrei zu erkunden.

Kampagne verdeutlicht großes Potenzial von VR im Alltag

Mit dem erfolgreichen Abschluss der internationalen Markenkampagne veranschaulicht Samsung den Mehrwert innovativer Technologien und angesagter Unterhaltungselektronik – und zeigt deren Zweckmäßigkeit über die Grenzen des Freizeitbereichs hinaus. „Die Aktion #BeFearless hat auf beeindruckende Art und Weise verdeutlicht, wie moderne Technik jungen Menschen bei der Bewältigung ihrer größten Ängste helfen kann“, so Georg R. Rötzer, Vice President Corporate Marketing Samsung Electronics GmbH. „Virtual Reality bietet vielfältige Anwendungsmöglichkeiten und steht vor dem Durchbruch auf breiter Ebene. Ihr erfolgreicher Einsatz bei der Therapie von Alltagsblockaden junger Menschen verdeutlicht das enorme Potenzial dieser Technologie in einem Umfeld jenseits von Gaming und 3D.“

Über #BeFearless

Im Rahmen der „BeFearless“-Initiative konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Hilfe der Samsung Gear VR Brille, einer darauf installierten App und 360° Grad-Facebook Video das Sprechen vor Publikum und den Umgang mit Höhe üben. Die Kampagne lief zeitgleich in Österreich, Deutschland, Russland, Rumänien, Bulgarien, Ungarn und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Unter dem Hashtag #BeFearless konnten die Teilnehmer ihre Geschichten und Erfolge teilen, sich von der Unterstützung der Community anspornen lassen sowie andere Menschen durch ihren Mut inspirieren. #BeFearless ist Teil der „Launching People“-Initiative, die sich zum Ziel gesetzt hat, Innovationen allen zugänglich zu machen, damit sie ihre Potenziale entfalten und ihre Träume verwirklichen können. Ausgespielt wurde die

Kampagne über [Facebook](#), [Twitter](#) und den Content Hub Samsung [Entdecken](#) sowie die [Kampagnenseite](#). Für die Kreation und Öffentlichkeitsarbeit rund um die Kampagne zeichneten sich Cheil, Leo Burnett und Faktor 3 verantwortlich. Offizieller Mediapartner ist die Red Bull Deutschland GmbH.

Weitere Informationen, Bildmaterial und diese Pressemeldung zum Download finden Sie unter: <http://www.samsung.com/de/news/product-/mit-virtual-reality-im-echten-leben-mehr-erreichen>

Bildergalerie

<p>VR-Training stärkt Selbstvertrauen</p>	<p>#BeFearless: Angstfrei dank moderner Technologien</p>	<p>Junge Menschen überwinden Alltagsblockaden</p>
		
<p>Im Rahmen der Kampagne stellte sich Teilnehmer Fynn (23) seinen Ängsten und trainierte eigenständig mit einer speziellen Trainings-App, die Angstszenerien simulierte, über mehrere Wochen.</p>	<p>Die aktuelle Markenkampagne von Samsung hilft Menschen, ihre Alltagsblockaden mit Hilfe des Virtual-Reality-Headsets Samsung Gear VR zu überwinden und ihr Potenzial voll auszuschöpfen.</p>	<p>Durch den Einsatz moderner Samsung Technologie überwand Kampagnen-Teilnehmer Fynn (23) seine Höhenangst und absolvierte eine Hochhaus-Seilbahnfahrt in Dubai.</p>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und eröffnet ihnen auf der ganzen Welt neue Möglichkeiten. Mit Innovationen und dem Streben, immer wieder Neues zu entdecken, verändern wir die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Kameras, Druckern, Hausgeräten, Netzwerk-Systemen bis hin zu Medizintechnik, Halbleitern und LED-Lösungen. Mit der offenen Plattform SmartThings, unserer großen Vielfalt an smarten Produkten und branchenübergreifenden Kooperationen sind wir Vorreiter im Bereich Internet of Things. Wir beschäftigen weltweit 319.000 Menschen in 84 Ländern bei einem Jahresumsatz von 196 Milliarden US-Dollar. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten, Hintergrundinformationen und Pressematerialien auf <http://www.samsung.com/de> und im Samsung Newsroom unter news.samsung.com.

Pressekontakt Samsung
Samsung Corporate Marketing
Samsung Electronics GmbH
Andrea Ficht
Corporate Marketing
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach / Ts.
A.Ficht@samsung.com

Pressekontakt Agentur
Samsung Corporate Marketing
FAKTOR 3 AG
Felix Trompke
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
040 / 679446 - 6152
samsung.corp@faktor3.de