

INDUKOM

ISSN 1614-7928
ZKZ 66897
EURO 13,90
WWW.INDUKOM.DE
01. September 2010

INDUSTRIE & KOMMUNIKATION IM DIALOG

NR. 4/10



SONDERDRUCK

MIT NUTZEN ZUM KONTAKT

LK-AG
WE SHOW SPIRIT

LK-AG // 45307 Essen // www.lk-ag.com





// TOM KOPEREK, VORSTAND, LK-AG, ESSEN: „MIT REIN PASSIV ZU BETRACHTENDEN PRÄSENTATIONEN LÄSST SICH HEUTE KEINE AUFMERKSAMKEIT MEHR ERZIELEN. DER KUNDE MÖCHTE SELBST BESTIMMEN, WELCHE INFORMATION ER ABGREIFT. DABEI IST INTERAKTION GEFRAGT.“

Thema

MIT NUTZEN ZUM KONTAKT

Präsentationssysteme, die den Kunden selbst bestimmen lassen

// Attention! Oder doch nicht? Im Zeitalter absoluter Reizüberflutung ist es heute nahezu unmöglich, den Kunden auf Messen, Events, am Point of Sale etc. mit herkömmlichen – sprich passiven – Präsentationen erfolgreich anzusprechen. Die Lösung liegt nach Erfahrung der auf Präsentations- und Veranstaltungsinszenierung spezialisierten LK-AG in Installationen, die den Nutzer aktiv mit einbinden, ihn selbst hinsichtlich seiner Informationsabfrage bestimmen lassen. Indukom fragte nach.

Wem kommt dies nicht bekannt vor? Auf Messen, Kongressen, Symposien, am Point of Sale oder im Foyer der Konzernzentrale: Auf einem stylischen Flachbildschirm läuft eine langweilige Bildschirmpräsentation, die Firmenbroschüre wird im Loop als Diashow präsentiert oder in einer Endlosschleife wird der für teures Geld erstellte Imagefilm immer und immer wieder abgespielt. „Wer schaut sich das noch an? Wen will man damit noch 'hinter dem Ofen hervor locken', geschweige denn für sein Unternehmen, seine Dienstleistungen oder Produkte interessieren?“, stellt sich hier Tom Koperek, Vorstand der LK-AG, die Frage.

Ohne Zweifel: Wie die alte Weisheit, dass Licht Leute lockt, ist es auch Fakt, dass bewegte Bilder einen höheren Aufmerksamkeitswert erzielen, als statische. Fakt ist aber auch, dass wir heute in einer Welt leben, die von absoluter Reizüberflutung gekennzeichnet ist. Tom Koperek erläu-

tert: „Überall flimmert und flackert ein Bildschirm und versucht, unseren Blick für einige Sekunden einzufangen – und dies möglichst mit der Folge, dass wir uns von den gezeigten Inhalten für die Werbeaussage interessieren lassen und uns aus-

// Absolute Reizüberflutung

schließlich dem Geschehen auf dem Screen widmen. Wenn wir ehrlich sind, müssen wir uns die Frage stellen, wann wir uns zuletzt länger als einen Sekundenbruchteil für die am Bahnhof, am Flughafen oder in der Einkaufspassage auf uns einprasselnde Bilderflut interessiert haben.“

Diese Form der medialen Aufmerksamkeitserregung hat sich seit Mitte der 90er-Jahre explosionsartig entwickelt – getrieben durch die technische Entwicklung der Bildschirm- und Projektionstechnologie hin zu

kostengünstigen Darstellungsgeräten, die praktisch selbst für den kleinen Frisör an der Ecke erschwinglich geworden sind. Unterstützung lieferten hierfür die modernen Möglichkeiten der Übertragung von riesigen Datenmengen, die ein effizientes Content-Management realisierbar gemacht haben: Imagefilm auf den Fileserver laden, am Endgerät vom Handy auf die Festplatte überspielen und selbst am anderen Ende der Welt kann schon Minuten nach dem Launch der neue Trailer gezeigt werden.

„Das Problem ist nur“, weiß Tom Koperek zu berichten, „dass sich mit diesen rein passiv zu betrachtenden Präsentationen keine Aufmerksamkeit mehr erzielen lässt. Berieseln lassen möchte sich der Kunde nicht mehr. Er möchte vielmehr selbst bestimmen, wann er welche Information abgreift, für welche Produktgruppe er sich einen Präsentationsfilm ansieht oder ob ihn im Zusammenhang mit einem Dienstleistungs-

// HOLGER STEFFENTORWEIHEN, VORSTAND DER LK-AG: „DIE KOMMUNIKATIONSZIELANALYSE DES KUNDEN IST GRUNDLAGE FÜR DAS DARAUFGHIN FÜR IHN MASSGESCHNEIDERTE PRÄSENTATIONSKONZEPT.“



// HOLGER STEFFENTORWEIHEN, VORSTAND DER LK-AG, ZEIGT AM BEISPIEL DER VISION 2020 DER LK-AG, WIE MITTELS DER INNOVATIVEN PRÄSENTATIONSTECHNOLOGIE IMAGINEERING BY LK-AG DURCH EINFACHE BEWEGUNGEN AUCH GROSSBILDPROJEKTIONEN GESTEUERT WERDEN KÖNNEN.





LK-AG

WE SHOW SPIRIT

LK Lichtdesign & Klangkonzept Medien-Präsentationssysteme AG
Wilhelm-Beckmann-Straße 19
45307 Essen
Fon +49 201 74 72-0
Fax +49 201 74 72-100
info@lk-ag.com
www.lk-ag.com

// EIN PASSANT NUTZT EINEN INTERAKTIVEN SCREEN UND BESTIMMT SELBST PER AIR-TOUCH SYSTEM AKTIV DIE INHALTE, DIE AUF IHN ZUGESCHNITTEN SIND.

angebot aus der Immobilienbranche auch noch Informationen zur Finanzierung interessieren.

Interaktion ist gefragt. Hier setzen laut dem Vorstand des Spezialisten für Präsentationstechnologien neue, innovative Lösungen an. Der auf den medialen Darstellungsgeräten gezeigte Inhalt interagiert mit dem Betrachter, tritt also in eine lebendige und vom Betrachter zu steuernde Kommunikation ein. Tom Koperek liefert hierfür ein Beispiel: „Ein Passant flaniert in einer Einkaufspassage an einem Telefonladen vorbei. Als er sich dem im Eingangsbereich aufgestellten großen Flachbildschirm nähert, erscheint auf dem Bildschirm eine Person, die ihn sowohl akustisch als auch visuell gezielt anspricht und ihn auffordert, durch Berühren des Bildschirms aus einer Palette von verschiedensten Angeboten auszuwählen. Das neue Handy kann am Screen direkt per Touch von ihm konfiguriert werden. Dazu kann er auch den passenden Tarif und das Zubehör auswählen. Quasi

// Interaktive Steuerung

spielerisch wird hier dem Konsumenten ein 'Mitmach-Erlebnis geboten'. Das, was dieser im Kleinen auf seinem Smartphone mehrmals täglich macht, wird hier auf ein größeres Format skaliert. Dies macht die multi-touchfähige Oberfläche des Bildschirms in Verbindung mit einem Kamera- und Steuermodul möglich. Dieses erkennt nicht nur die Annäherung des Passanten, sondern auch, ob er männlich oder weiblich ist. Sogar dessen Alter ist kein Geheimnis.“ Tom Koperek ist von dieser Präsentationstechnologie, die sein Unternehmen – in einer eigens dafür gegründeten Abteilung 'Imagineering by LK-AG' – anbietet, begeistert: „So können sofort auch nur die Angebote in der Präsentation gezeigt werden, die für die gezielte Ansprache der Passanten-Zielgruppe in Frage kommen – und dies emotional und personalisiert.“



Holger Steffentorweihen, ebenfalls Vorstand der LK-AG, erläutert die Vorgehensweise bei einem Projekt, bei dem diese Technologie zum Einsatz kommen soll: „Es gilt genau zu analysieren, was das Kommunikationsziel der Präsentation des Kunden ist. Erst dann kann ein maßgeschneidertes Konzept entwickelt und umgesetzt werden – auf Messen und Events als temporäre Installation ebenso wie am Point of Sale, im Foyer einer Bankfiliale oder im Showroom als Festinstallation.“ Dass die Zukunft interaktiv und dazu noch dreidimensional ist, davon ist man in dem in Essen ansässigen Unternehmen überzeugt. Aufmerksamkeit auf 'herkömmliche Art und Weise' bei der Zielgruppe zu erreichen, ist heute nahezu unmöglich. Gefordert ist die personalisierte, mit Emotionen sowie mit Aktion besetzte Ansprache des Kunden. Die neuen Technologien liefern hierfür die beste Voraussetzung. Da lässt sich der Kunde auch sicherlich wieder 'hinter dem Ofen hervor locken'. (cr)