

Die nächste Generation der interaktiven Produktvisualisierung für die Neuen Medien

Fröbus-digital entwickelt virtuelle interaktive Produktpräsentationen in hoher Qualität, die den Möglichkeiten der Neuen Medien gerecht werden.

Fröbus-digital (www.froebus-digital.de), ein Geschäftsbereich der Julius Fröbus GmbH, bietet eine neue Generation an interaktiven Produktvisualisierungen für die Neuen Medien. Die Spezialisten des Kölner Anbieters schließen damit eine Lücke in elektronischen Marketing- und Vertriebskonzepten: Wenn es darum geht, Produkte in einer für das Web optimierten, spannenden und unterhaltsamen Form zu präsentieren, können die Kunden hier alles aus einer Hand erhalten. Bei der Erstellung der Visualisierungen wird zudem auf die umfangreichen Erfahrungen in den Bereichen Bildveredelung und Retusche im Hause Fröbus zurückgegriffen.

Den Kunden steht eine große Auswahl an virtuellen Produktpräsentationen zur Verfügung: Fröbus-digital bietet höchste Qualität in den Bereichen der 2D-Anwendungen (vom Video bis zum Flash-Movie) sowie der 3D- und 360-Grad-Anwendungen. Diese Darstellungsmöglichkeiten werden bei Fröbus-digital immer individuell auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten, denn an erster Stelle steht die umfassende Beratung des Kunden.

Die Produkte von Fröbus-digital werden überwiegend für die Automobilbranche erstellt. Aber auch andere Branchen, wie Möbel oder Hotellerie, sind Kunden von Fröbus-digital. Herausragende Referenzkunden sind: SEAT, Mazda, Alfa Romeo und Skoda, die IAA oder etwa Manufactum.

3D-Anwendungen

Virtual Drive

Der Virtual Drive ist eine interaktive Fahrsimulation mit einer hohen Bildqualität, die sich besonders zur Darstellung von Autos und Motorrädern eignet. Durch die Verbindung realer Filmansichten mit virtuellen 3D-Landschaften eröffnet Fröbus-digital neue Möglichkeiten, um Produkte äußerst spannend zu präsentieren. So entwickelte Fröbus-digital den Virtual Drive z. B. für die aktuelle, europaweit präsentierte Fahrzeugflotte von Mazda Motor Europe – etwa das MX-5 Roadster Coupé. Das neue Modell wird als Virtual Drive mit dynamischen Kamerafahrten in einem atemberaubenden, hochalpinen Bergpanorama vorgestellt.

Damit die fertige Fahrsimulation überzeugt, ist die Produktion sehr aufwändig: Das eigens dafür erstellte Bildmaterial – etwa vom Fahrzeug selbst – entsteht im Studio und wird sorgfältig von Fröbus-digital veredelt. Licht und Schattenspiel werden mit Liebe zum Detail optimiert, um einen lebendigen visuellen Eindruck zu erwecken. Die Kamerabewegungen werden getrackt und in ein 3D-Programm übernommen, so lassen sich besonders dynamische Effekte erzielen. Dabei werden dem Nutzer unterschiedliche Perspektiven gezeigt, unter anderem eine virtuelle Kamerafahrt um das Auto herum.



Innovativ ist dabei die Kombination der eingesetzten Techniken: Die Videofahrt mit integrierten 3D-generierten Hintergründen. Besonders für Markenkunden ist dies eine entscheidende Verbesserung, da der Virtual Drive als Onlinetool innerhalb eines Kommunikationsmixes eingesetzt werden kann. Dadurch ist es z. B. denkbar, die Hintergründe des Videos in Anlehnung an die klassische Kampagne zu erstellen.

Besonderen Wert wird beim Virtual Drive auf Usability und Integration gelegt. Die Ausgabe des fertigen interaktiven Films geschieht auf Basis einer Flash-Oberfläche. Es müssen keine zusätzlichen Player installiert werden. Der Virtual Drive kann Plattform-übergreifend eingesetzt werden. Auf dieser Basis wurden bereits MMS-Übertragungen und Videomail-Anwendungen realisiert.

Flight Path

Der Flight Path eröffnet neue Dimensionen zur Präsentation von exklusiven Fahrzeugen in den Neuen Medien. Mit Videofahrten und Kameraflügen rund um das gefeaturete Modell können die Highlights in Design und Ausstattung besonders hervorgehoben werden. Auf diese Weise setzte Fröbus-digital den neuen Altea XL für Seat interaktiv in Szene. Die Kamera zoomt effektiv zu jedem gewünschten Detail (z. B. Ladevolumen, Ausstattung, Heckleuchten) und erklärt es anschaulich – in Wort und Bild.

Eine aufwändige Fotoproduktion liefert das Material für die verschiedenen Videofahrten und Kameraflüge rund um das Fahrzeug. Dabei können spezielle Bereiche besonders hervorgehoben und exklusiv präsentiert werden. Bis zu 400 Bilder werden für die Flüge verarbeitet und in Flash zu einem einheitlichen Ganzen zusammengefügt. Durch die intelligente Verknüpfung der „Hotspots“ werden räumliche Grenzen überbrückt. Dynamische Flüge von außen nach innen sind nur eines der Highlights dieser überaus innovativen Lösung. Als „extended Flight Path“ kann diese Anwendung sogar um ein Audio-Interface erweitert werden. Zum Beispiel vermittelt bei der Online-Präsentation des neuen Skoda Roomster die Stimme von Gerd Alzen (bekannt aus der Sendung Voftours) die interessantesten Inhalte „en passant“. Bei dieser „guided tour“ kann sich der Nutzer zurücklehnen und entspannt alle Highlights des neuen Fahrzeugs aufnehmen.

360-Grad-Anwendungen

Object Presenter

Der Object Presenter ist eine Weiterentwicklung der klassischen Object Movies und als ready-to-run-Lösung vor allem für Shopanwendungen interessant. Die professionelle Kombination aus Fotografie und Programmierung bietet die ideale E-Business-Komplettlösung. Ein Beispiel: Der Design-Stuhl von Manufactum wird mit einer virtuellen Kamerafahrt von allen Seiten gezeigt. Dabei kann der Zuschauer die Funktionalität beim Auf- und Zusammenklappen des Stuhls virtuell erleben. Das Entscheidende ist die hohe Bildqualität. Um zu gewährleisten, dass Stoffe und Oberflächen gut zu erkennen sind, werden die Bilder aufwändig nachbearbeitet. Dem Kunden werden auf diese Weise optische Informationen vermittelt, die er normalerweise nur beim Händler erhält. Somit ist eine ausreichende Grundlage für eine Kaufentscheidung gegeben. Auf diese Weise können auch Produkte im Internet verkauft werden, die bislang ausschließlich beim stationären Handel ihre Abnehmer fanden.

Neben den neuen strategischen Optionen für den Verkauf sprechen auch ganz praktische Gründe für den Object-Presenter: Mit der innovativen Technologie von Fröbus-digital haben Markenkunden und Shopbetreiber deutlich erweiterte Gestaltungsmöglichkeiten durch die frei wählbaren Darstellungen. Zum Beispiel können zusätzliche Produktinformationen interaktiv eingebunden werden – alle erdenklichen Hintergründe (z. B. in



Anlehnung an die klassische Kampagne) sind wählbar. Auch die Größe der Präsentation und die Perspektiven können je nach Bedarf angeglichen werden. Verbesserte Usability und Integration runden den Object Presenter ab. So kann das Onlinetool Datenbankgestützt umgesetzt werden. Die Datenbank ermöglicht es dem Kunden, Produkte einfach und bequem selbst einzupflegen. Dies spart Kosten, denn z. B. Shops lassen sich so bei Bedarf täglich selbst aktualisieren.

360 Walkabout

Im Unterschied zu dem Object Presenter steht beim 360 Walkabout das Objekt fest und der Betrachter bewegt sich um es herum. Daraus ergeben sich neue Anwendungsmöglichkeiten, etwa authentische und atmosphärische Aufnahmen, wenn das Objekt nicht bewegt werden kann. Es wird dabei nicht nur ein qualitativ hochwertiger Eindruck des Produktes vermittelt, sondern auch die Umgebung effektiv in Szene gesetzt. Daher kommt das ganze Potenzial des 360 Walkabout immer dann zum Tragen, wenn das Objekt oder Fahrzeugmodell in einer besonderen Situation dargestellt wird, etwa auf einem Messestand, einem Event oder vor einer anderen großartigen Kulisse. Zum Beispiel produzierte Fröbus-digital einen 360 Walkabout für den aktuellen Rennwagen von SEAT, den SEAT Leon Supercopa. Das neue Modell wird in seiner Box vor einem Rennen gezeigt. Die Atmosphäre ist denkbar ideal zur Präsentation des neuen Boliden. Das Beispiel zeigt: Der 360 Walkabout eignet sich unter anderem dann hervorragend, wenn Marketingspendings in aufwändige Events oder Sponsorings konsequent für die Produktpräsentation in den Neuen Medien genutzt werden sollen.

360 Konfigurator

Die interaktive Anwendung ist ideal zur Präsentation von Produkten, die den Kundenwünschen entsprechend individuell gefertigt werden. Die Möglichkeiten der Neuen Medien werden optimal genutzt, um dem Nutzer schnell und präzise einen Eindruck von seinem individuell zusammengestellten Traumprodukt zu vermitteln. Da liegt es auf der Hand, dass diese Art der Anwendung als Farb- und Felgenkonfigurator von der Automobilindustrie besonders häufig verwendet wird. Der Nutzer kann mit Hilfe eines 360 Farbkonfigurators von Fröbus-digital schnell und unkompliziert sein Wunschauto zusammenstellen und Farbe sowie Ausstattungsdetails wählen. Das fertig konfigurierte Modell lässt sich dann in unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Auf Wunsch können zudem Detailansichten vergrößert werden. Auf diese Weise erhält der User einen fotorealistischen Eindruck der Highlights von Karosserie und Ausstattung.

Was in der Automobilindustrie zur Basisausstattung für die Neuen Medien gehört, findet auch in anderen Branchen immer mehr Verbreitung. Das Anwendungsspektrum reicht dabei von aufwändigen Produkten, etwa einem Designermöbel in unterschiedlichen Farben oder Bezugstoffen, bis zu Massenprodukten (z. B. Turnschuhen in unterschiedlichen Ausführungen und Farben). Der 360 Konfigurator macht individuelle Produkte im Internet für den Kunden sofort erlebbar. Um die Nachhaltigkeit dieses Eindrucks zu erhöhen, besteht zudem die Möglichkeit, dem Kunden ein Foto des individualisierten Produktes zuschicken zu lassen – dies ist vor allem für Produkte im Hochpreissegment, etwa bei Automobilen und Möbeln, interessant.

Wie bei allen Produkten von Fröbus-digital wird auch der 360 Konfigurator in Funktionalität und Gestaltung individuell auf den Kunden zugeschnitten. Für solche maßgeschneiderten Lösungen werden die aktuellsten Technologien wie Rich Internet Applications (RIA) und Flex (Adobe) verwendet. Der Kunde bestimmt Farben und Produktdetails, die dem User zur Auswahl gestellt werden. Zudem sind Perspektiven und



Ausgabegrößen frei wählbar. Die Anwendung ist weiterhin einfach in der Handhabung, so können z. B. jederzeit neue Farben eingepflegt werden.

Virtuelle Messekonzepte

Dieser Produktbereich von Fröbus-digital umfasst alle bisher genannten Produkte mit einem besonderen Zuschnitt auf die Messenutzung. Besonders gefragt sind aktuell so genannte Messe-Microsites, die die Nutzer gebündelt mit Informationen rund um die Messe und den dort präsentierten Produkten sowie atmosphärischen Eindrücken versorgen. Im Rahmen solcher Microsites werden z. B. bildschirmfüllende 360-Grad-Stand- oder Produktansichten eingesetzt, aber auch 2D- oder 3D-Messepläne, die in ihren Funktionen gestaltbar und kombinierbar sind. Weitere Informationen und Bilder – zum Beispiel von der Pressekonferenz – sind integrierbar. Wie aktuell im Fall der Skoda-Microsite für die AMI in Leipzig wird der Aufbau komplett auf die Bedürfnisse und Programmpunkte eines Messeauftritts ausgerichtet.

Individuelle Kundenkonzepte

Gerade im Bereich Marketing in den Neuen Medien überzeugt immer wieder das Besondere und vor allem das Neuartige. Aus diesem Grund befindet sich die Angebotspalette von Fröbus-digital in einem fortwährenden Modifikations- und Wachstumsprozess. Zum Vorteil der Kunden: So setzten die Kölner Spezialisten etwa mit dem Web-Special zur Einführung des neuen SEAT Leon neue Maßstäbe. Die Idee war, die Darstellung des Fahrzeugs in permanenter Bewegung zu ermöglichen. Dabei stellte das Special für SEAT eine Weiterentwicklung der bereits etablierten Produkte Virtual Drive und Flight Path dar. Vom Virtual Drive-Konzept wurde die Möglichkeit übernommen, die im Studio erzeugten Fahrzeugaufnahmen um eine 3D-generierte Umwelt zu erweitern. Hingegen stammt vom Flight Path die Auflösung der linearen Fahrt in eine interaktiv steuerbare Erkundungsfahrt um das Auto herum bzw. an wichtige Details heran. Hinzu kommt die herausragende Grafik: Die einzelnen Bereiche am Fahrzeug wurden modelliert (z. B. verfügt ein Rad des Leon über 67556 Polygone). Letztlich erfolgte die Texturierung und Ausleuchtung passend zum Hintergrund, der das Thema der ATL-Kampagne "Der neue SEAT Leon - hinterlässt Spuren..." aufgreift.

„Die Wünsche des Kunden stehen für uns im Mittelpunkt“, erklärt Frank Stienemeier, Leiter von Fröbus-digital, die Philosophie seines Geschäftsbereiches. „Das Konzept passt sich nicht an unsere Produkte an, sondern wir passen unsere Produkte an das Konzept an. Mit dieser Herangehensweise und unseren hohen Qualitätsstandards haben wir uns im Markt für interaktive Produktvisualisierungen einen Namen gemacht – ein wachsender Kundenstamm zeigt, dass wir damit richtig liegen.“

