



# LSD SO MACHT SICH PRINT FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Wie kann Print auch zukünftig eine zentrale Rolle im Mediamix spielen? Wie lässt sich Print mit der digitalen Welt vernetzen? Und welchen Nutzen bietet ein Brückenschlag von offline zu online? Wie Augmented Reality das klassische Print-Marketing erweitert und gedruckte Medien in eine neue Dimension katapultieren, zeigen die Düsseldorfer Unternehmen *LSD* und *snoopstar*.

Text und Bilder: *LSD* und *snoopstar*

**H**aben Sie heute schon geseen? Diese Frage könnten Sie in Zukunft öfter hören. Denn die Technologie-Plattform *snoopstar* erlaubt es per Augmented Reality, Botschaften kanalübergreifend zu kommunizieren – und damit die wichtige Brücke zwischen der gedruckten und der digitalen Welt zu schlagen. Eine der weltweit größten Einzelhandelsgruppen macht es vor: Wo eben noch ein Stück Papier war, sehen und hören Leser des wöchentlichen *ALDI-Süd*-Handzettels einen Film im Stil der *Sendung mit der Maus*, werden vom Bildungsprogramm *GemüseAckerdemie* für bewusste Ernährung mitgerissen, laden sich Kochrezepte herunter oder tauchen ein in die Welt nachhaltiger Fischerei. Dafür öffnen Leser die App *snoopstar* und richten die Handycamera auf eine Seite. Schon wird die Realität um digitale Elemente erweitert – und auf dem Handydisplay öffnet sich zum Beispiel eine faszinierende Infotainment-Welt. Sie können anschauen und antippen, was sie interessiert – und bekommen jede Menge gute Gründe, sich intensiver mit den Produkten und dem Unternehmen zu beschäftigen, vor und nach dem Einkauf. Der Discounter nutzt bereits seit Oktober 2020 die Augmented-Reality-Technologie von *snoopstar*,

um seine Prospekte multimedial und interaktiv aufzuwerten. In einer Auflage von mehr als 20 Millionen Exemplaren werden diese wöchentlich in den fast 2.000 Filialen ausgelegt und an Haushalte im gesamten Einzugsgebiet versandt. Weitere Anwendung findet *snoopstar* bei Konsumgüterunternehmen, in den Bereichen Beauty, Automobil und Handwerk ebenso wie bei Telekommunikationsanbietern, Banken und Versicherungen.

## Digitale Erlebniswelten

Fakt ist: Die Digitalisierung hat unser Kauf- und Informationsverhalten verändert. Verbraucher wünschen sich heute

mehr als zum Beispiel ein klassischer Prospekt bieten kann: mehr Information, mehr Inspiration, mehr Interaktion. Gleichzeitig bespielen Marken immer mehr Kanäle und Kampagnen – offline wie online.

Da überrascht es nicht, dass sich 75% der Verbraucher in diesen Zeiten überbordender Informationsflut relevante Produktinformationen wünschen – verfügbar zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Fehlende Informationen sind sogar für mehr als die Hälfte ein Grund, geplante Käufe spätestens am Point of Sale abubrechen.

Als AR-Technologie-Plattform für Marken hilft *snoopstar*, die Consumer- und Brand-Experience zu optimie-

ren, schneller zu konvertieren und aus Konsumenten wiederkehrende Kunden zu machen. Das belegte erst kürzlich die Auszeichnung mit drei *German Brand Awards* sowie mit einem Effizienz-Oscar der Kommunikationsbranche, dem *Effie*.

## Conversion-Anteil von 10% bis über 30%

Entscheidend sind nicht nur die mehr als 550.000 Downloads der App, sondern die besonders hohen Engagement-Zahlen, die mit einer Steigerung der Verkaufsleistung einhergehen. *snoopstar* liefert nicht selten im Moment der Kaufentscheidung einen wichtigen Impuls. So lässt sich je nach Use-Case ein Conversion-Anteil von 10% bis über 30% erzielen. Apropos Zahlen: Über die Anzahl der geklickten Buttons und angeschauten Videos sowie weitere im Analytics Dashboard einsehbare Statistiken geben Verbraucher direktes Feedback und nehmen im Sinne der Marke aktiv an der Optimierung der Inhalte und Kommunikationsmaßnahmen teil. So ist direkt eine Marktforschung enthalten, die über die langfristige Nutzung der Anwendung nachhaltige und aussagekräftige Insights liefert. Den relevanten Content für die Augmented-Reality-Experience wählt die Marke selbst.



Geofencing mit AR: gleiches Motiv – unterschiedliche digitale Inhalte! Je nach Region können beim Snoopen individuelle Aktionen ausgespielt werden. Bis auf wenige Meter genau.

So findet die gesamte Kommunikation ausschließlich im Markenuniversum statt. Das verhindert den Medienbruch und den Absprung zu *Google*, wo man lange nach den relevanten Informationen suchen müsste und ein überschaubares Angebot an Wettbewerbsprodukten vorfände.

### Virtueller Nutzen

Nun ist AR nicht neu. Bereits bei *Pokémon Go* wurde die Realität erfolgreich digital erweitert. Neu ist jedoch, dass AR erwachsen geworden ist und echten Nutzen liefert.

Mehr als die Hälfte der Verbraucher gibt an, AR zur digitalen Unterstützung ihres Einkaufs nutzen zu wollen, mehr als zwei Drittel interessieren sich zum Beispiel für Produktinformationen und Angebote. Bei 37% hat das Interesse an AR im Zuge der Pandemie noch zugenommen. »Augmented Reality ist einer der größten Wachstumsmärkte in Handel und Kommunikation. Es geht schon lange nicht mehr nur um ein spielerisches Gimmick, sondern um wirklich relevanten Nutzen«, sagt KLAUS FINKEN, der mit seinem Bruder CHRIS FINKEN *snoopstar* entwickelt hat.

Als Geschäftsführer der *LSD GmbH & Co. KG*, die bereits mehrfach für ihre digitale Transformation vom Schriftsatz zum Full-Media-Dienstleister ausgezeichnet wurde, kannten die FINKENS die Probleme ihrer Kunden nur zu gut. In den Datenbanken von *LSD* sammelten sich Materialien aller Art, Videos, Bilder, Grafiken, Aktionsmaterialien, Produktinformationen etc. Warum also nicht den gesamten multimedialen Content bündeln – und direkt am Produkt, an der Verpackung, an der Anzeige verfügbar machen?

Der QR-Code kam dafür nicht in Frage, denn er verlinkt lediglich auf ein einziges Ziel, etwa eine

Website. Noch dazu stört er so manches Layout. »Unser Vorteil ist, dass wir die Wünsche der Hersteller und gleichzeitig die Stärken von Print kennen. Dieses Wissen ist in die Entwicklung der Technologie eingeflossen. Dank AR können wir über gedruckte Medien einen virtuellen Dialog zwischen Marken und Kunden herstellen. Auch nach dem Druck sind tagesaktuelle Inhalte in kürzester Zeit implementierbar«, so FINKEN.

Aus der Idee entstand ein Startup, das 2019 aus der *LSD GmbH* ausgegründet wurde. Das Ziel von *snoopstar* ist, der Standard für Augmented Reality und Value Added Printing zu werden.

### Maximale Reichweite dank Trusted Partnern

Dabei unterstützen wird das Trusted-Partner-Konzept des Unternehmens. Agenturen und Druckdienstleister können selbst Anbieter von *snoopstar* werden. Die SaaS-Lösung erlaubt es ihnen, ihren Kunden den AR-Service zu bieten und so quasi nebenbei ihr Portfolio zu erweitern. »Digitaler Nutzen wird immer gefragter und dennoch geht es nicht ohne Print. Denn genau hier wird der entscheidende Kaufimpuls gegeben. Printprodukte mit kundenindividuellen, multimedialen und messbaren Inhalten zu ergänzen, ist deshalb ein besonders attraktives Angebot«, sagt Gesellschafter FINKEN und fügt hinzu: »Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass Auflagen schrumpfen. Ein Trend, der durch die Papierkrise noch verstärkt wird. Da liegen die Vorteile von Value Added Printing auf der Hand.«

Auf den Seiten 28 und 36 haben wir den *snoopstar* eingesetzt. Mehr erfahren Sie in Düsseldorf.

### STAND B13

> [www.snoopstar.com](http://www.snoopstar.com)



## BERBERICH PAPIER MEDIUM MIT EINZIGARTIGEN VORZÜGEN

Papier ist ein unersetzbares Kommunikationsmittel. Es bietet eine vielfältige Erscheinung und vereint beeindruckende Haptik mit Sinnlichkeit. Papier ist somit perfekt geeignet, um starke emotionale Botschaften bestmöglich zu übermitteln.

*Berberich* ist das einzige unabhängige familiengeführte Papierhandelsunternehmen in Deutschland, aufgeteilt in *Berberich Papier* und *Berberich Systems*. Sieben Kompetenzzentren in Deutschland und Österreich stehen dabei für eine einzigartig hohe Kundennähe. Mit seinem vielfältigen Sortiment an qualitätsstarken Bilderdruckpapieren, grafischen Feinpapieren, Kartonen, Büropapieren, Briefhüllen und Versandtaschen ist *Berberich Papier* Partner und Experte für Druckereien, Industrieunternehmen, Behörden, Agenturen und Kreative.



### Schwerpunkt Nachhaltigkeit

Ein wichtiger Fokus liegt bei *Berberich* auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit: Papiere und Kartone müssen sowohl ökologisch als auch ökonomisch Sinn ergeben. Dazu zählen die Schonung von Ressourcen wie auch die umweltfreundliche Produktion. Nicht umsonst sind viele Produkte mit wichtigen Umweltlabels ausgezeichnet wie dem *FSC*-Siegel, dem *PEFC*-Siegel, dem *Blauen Engel* und dem *EU Ecolabel*. Dies wird in unabhängig geführten Audits regelmäßig bestätigt. Zudem ist *Berberich* Mitglied nachhaltiger Organisationen wie *B.A.U.M.* – das Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Handeln – und der *Initiative Pro Recyclingpapier*, die mehr Akzeptanz für Papier mit der Auszeichnung *Blauer Engel* schaffen.

### VIVUS – Papiere von innovativer, nachhaltiger Qualität

Um dem gestiegenen Bewusstsein der Kunden für nachhaltige Papiere gerecht zu werden, hat *Berberich* die hauseigene Marke *VIVUS* ins Leben gerufen. *VIVUS* richtet sich an alle Entscheider und Gestalter mit höchsten Qualitäts- und Umweltsprüchen und umfasst eine Auswahl an nachhaltig produzierten Papieren für innovative Lösungen. Das Sortiment bietet unter anderem Papiere aus 100% Altpapier wie *VIVUS 100*, bildstarke Qualitäten wie *VIVUS Matt*, farbige Papiere

wie *VIVUS Color* sowie neue, wegweisende Lösungen aus alternativen Fasern wie *VIVUS Grass* und *VIVUS Silphie*.

### Erstklassige Papierprodukte von Berberich Systems

Der zweite Geschäftsbereich, *Berberich Systems*, präsentiert ein breites Spektrum an Produkten aus eigener Fertigung: maßgeschneiderte Designbooks, hochwertige Hard- und Softcover-Verpackungen, praktische Kalender sowie repräsentative Schuber und Stehsammler.

Die Produkte von *Berberich Papier* und *Berberich Systems* können Sie auf der *Print & Digital Convention* in Düsseldorf hautnah erleben.

### STAND F35

> [www.berberich.de](http://www.berberich.de)





# Sehen Sie den Unterschied

## **KODAK SONORA XTRA** PROZESSFREIE PLATTE

Die neue prozessfreie KODAK SONORA XTRA Platte bietet einen dreimal höheren Bildkontrast als ihre Vorgängerin SONORA X, und das ist nicht der einzige Unterschied, den Sie sehen werden.

Wenn Sie von einer Platte mit nasschemischer Verarbeitung auf die SONORA XTRA umstellen, werden Sie auch weniger Abfälle und Makulatur sehen. Dazu kommen noch Eigenschaften wie eine schnellere Bebilderung, höhere Auflagenbeständigkeit und bessere Robustheit bei der Handhabung.

Das ist der Unterschied.

Erfahren Sie mehr unter [kodak.com/go/druckmarkt](https://kodak.com/go/druckmarkt)

