



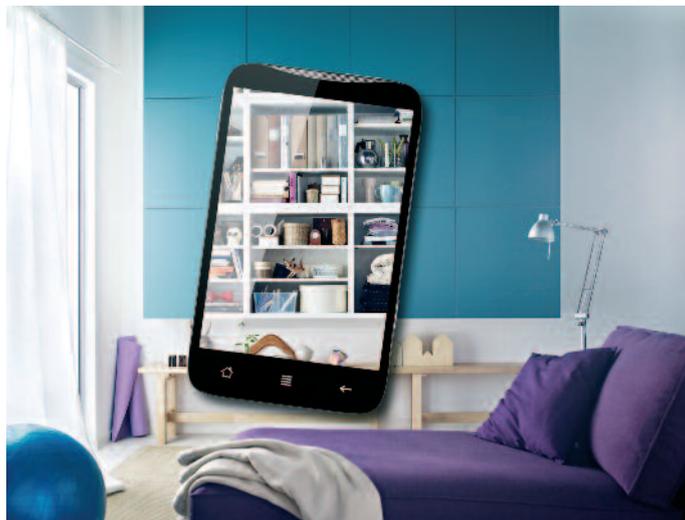
Sehen, was dahinter steckt

Augmented Reality ist nicht wirklich etwas Neues, doch wenn ein Global Player wie Ikea seinen Katalog mit dieser Technologie anreichert, kommt man nicht daran vorbei, sich einmal näher anzusehen, wie das ›unmögliche Möbelhaus‹ aus Schweden eine ganze Reihe interaktiver Features integriert hat.

Die Ikea-Katalog ist seit vielen Jahren das auflagenstärkste kommerzielle Druckwerk weltweit und die Auflage wächst kontinuierlich weiter. Der Katalog 2013 bringt es auf eine Gesamtauflage von 211 Millionen Exemplaren und wird in 62 Versionen in 41 Ländern verteilt. Von den für den deutschsprachigen Raum gedruckten 31 Millionen Exemplaren werden alleine in Deutschland rund 26,5 Millionen Exemplare verteilt, weitere 2,9 Millionen in Österreich. In der Schweiz werden etwa gleichviel wie in Österreich, allerdings in mehreren Sprachversionen verteilt.

Ikea sieht in dem Katalog eine permanente Einladung an seine Kunden und will ihnen damit Einrichtungsideen liefern und sie auf den Besuch des Möbelhauses vorbereiten. Insofern stellt der 336 Seiten starke Katalog für Ikea eines der zentralen Tools im Kommunikationsmix dar. Und der ist sehr klar: An erster Stelle steht immer das Einrichtungshaus, gleich danach kommt der Katalog. Erst dann kommen andere Marketingtools – von der Website bis zu den Spezialkatalogen, von Fernsehwerbung bis Social Media, von Inseraten und Plakaten bis zu Ikea Family.

COOLE FEATURES Mit dem Katalog 2013 hat Ikea einen Schritt für die Vernetzung der verschiedenen Medien gemacht, denn der Katalog liefert via Handy Filme und unzählige interaktive Features. Um auf das Bonus-Material zuzugreifen, muss man einfach eine App aufs Smartphone oder das Tablet runterladen. Überall dort, wo sich im Katalog ein Mobiltelefonsymbol findet,



muss man die Seite mit dem Smartphone oder Tablet scannen und man kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus.

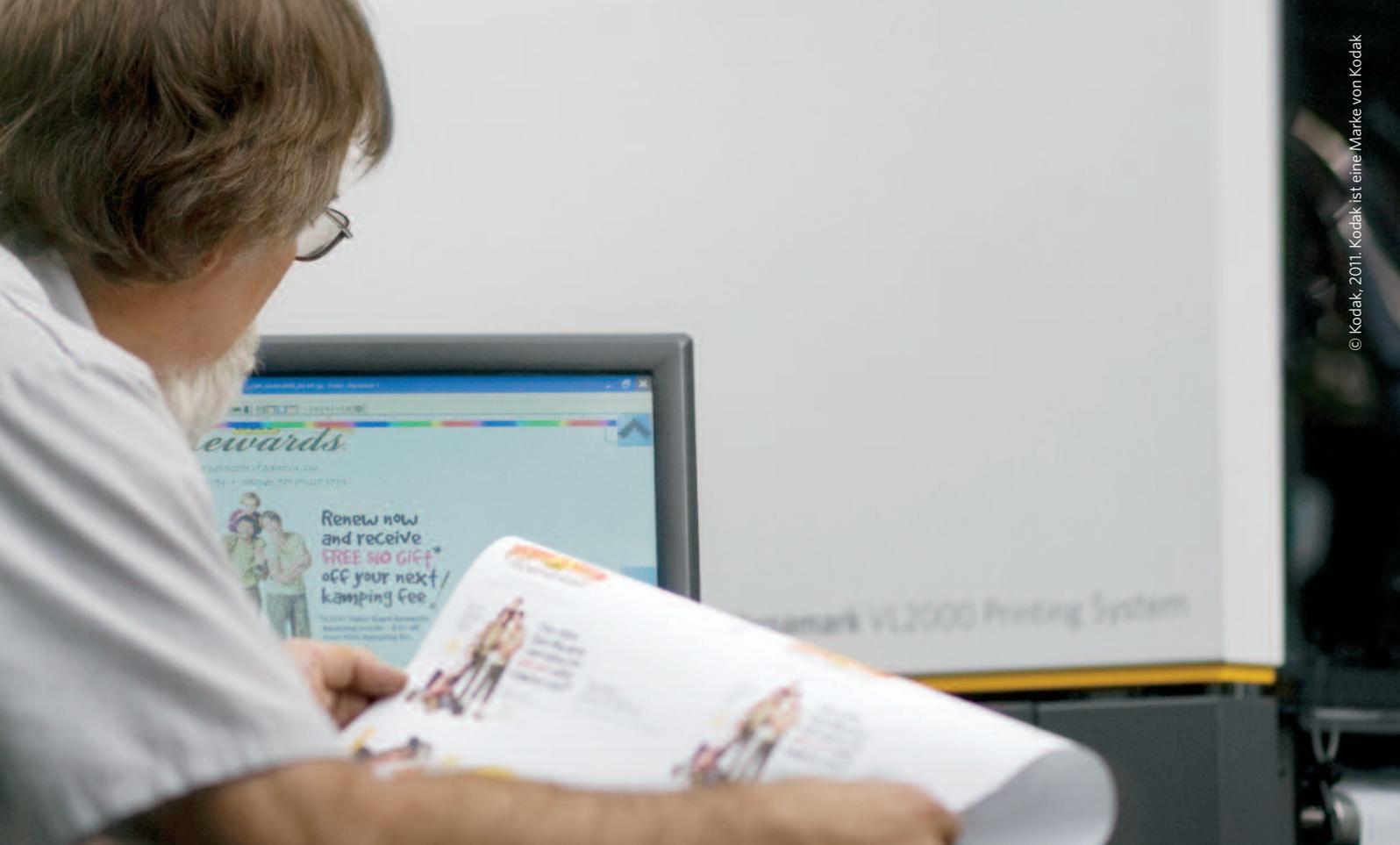
Bilderkennungs-Technologie macht es möglich, dass eine Katalogseite Blicke ›hinter die Kulissen‹ gewährt und gleich auch noch Filme über das ›Wie macht man?‹ liefert. Mit eingebaut sind Fotogalerien mit zusätzlichen Bildern, Geschichten rund um die Produktdesigner und jeder Menge interaktive 3D-Ansichten der Möbel. Manche Seiten im Katalog zeigen ein und dasselbe Zimmer in unterschiedlichen Stilrichtungen –

übersichtlich auf einen Blick. Andere veranschaulichen unter dem Motto ›Finde deinen Stil‹ mehrere Produkte einer bestimmten Stilrichtung. Das erleichtert es, das passende Möbel zu finden – egal, ob man es traditionell, modern, einfach, verwegen oder skandinavisch mag. Oder man kann einfach interaktiv zum Beispiel die Farben eines Schrankes ändern oder sich die Funktionsweise eines ausklappbaren Tisches ansehen. Wirklich cool ist auch ein Feature, das einem einen ›Röntgenblick‹ ermöglicht, und man so zum Beispiel auch in das Innere eines Schrankes blicken kann.

NEUES LEBEN EINGEHAUCHT Die vielen technisch Features hat Ikea sehr professionell umgesetzt und zeigt, wie man einem auf Papier gedruckten Katalog neues Leben einhauchen kann. Ikea nutzt hier geschickt die Möglichkeiten, die zur Verknüpfung von traditionellen Printprodukten und multimedialen Inhalten zur Verfügung stehen. Durch die Verknüpfung mit dynamischen Inhalten könnten so auch Preisänderungen, Sonderangebote und viele Informationen mehr ständig aktualisiert werden.

Wer sich mit der Applikation den gesamten Katalog aufs iPad lädt, kommt auch ohne gedruckten Katalog in den Genuss zusätzlicher Inhalte. Dies jedoch wirft die Frage auf, ob das Scannen des gedruckten Katalogs nur ein Zwischenschritt zum rein digitalen Katalog auf dem Tablet ist.





ES IST ZEIT FÜR PRÄZISE INDIVIDUELLE ANSPRACHE **UND** BESSERE KUNDENBEZIEHUNGEN.

Es ist Zeit für zielgenauere Angebote **UND** höhere Responsequoten.

Es ist Zeit für mehr Ideen **UND** nahtlose Integration.

Möchten Sie Ihren Kunden effektivere Möglichkeiten für die Nutzung der ganzen Vielfalt von Verbraucherdaten bieten? Dann brauchen Sie eine **Kodak** Lösung. Wir bieten Ihnen alles, was Sie für eine effiziente, innovative und profitable Produktion benötigen: Tools, Erfahrung, Support und einen robusten Workflow. Es ist Zeit für Lösungen, die den Ansprüchen von Menschen und den Zielen Ihres Unternehmens gerecht werden.

Es ist Zeit für Sie **UND** Kodak

Gerne beraten wir Sie persönlich. Kontaktieren Sie Reinhold Frech, Tel. 0711.406-2610, Reinhold.Frech@kodak.com. Oder besuchen Sie kodak.com/go/connect