

Materials

Wie Materialinnovationen die
Standgestaltung beeinflussen.

Corporate Identity

Wie Markenwerte räumlich
inszeniert werden.

BRAND

Expodesign &

Sustainability

Wie die Messebranche der Nach-
haltigkeit gerecht werden kann.

Eventconcept 2014

NEW

Technology

Wie neue Technologien auf Messe-
ständen zum Einsatz kommen.



Augmented Reality

Unter Augmented Reality wird die computer-gestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung verstanden. Die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung/Überlagerung – wie zum Beispiel bei Fußballübertragungen das Einblenden von Entfernungen – bietet dabei neue Möglichkeiten, Informationserlebnisse zu schaffen und den Nutzer zum aktiven Teil des Geschehens werden zu lassen. Anhand von Smartphones oder Tablet-PCs kann er weitere technische Details abrufen oder verborgene Elemente sichtbar machen. Dabei erkennt eine integrierte Kamera des Screens das Exponat, woraufhin eine 3D-Präsentation startet, die mittels Bewegung sogar interaktiv gesteuert werden kann. Virtualität und Realität verschmelzen somit nahezu.

Aber auch Datenbrillen können virtuelle Gegenstände in die reale Welt holen. Dabei handelt es sich um Brillen mit Mikrodisplay und Kamera, die über Spracheingabe bedient werden können. Der Träger der Brille kann Informationen seiner Umgebung ins Internet übertragen und selbst entsprechende Hinweise, beispielsweise in Form von Navigationstipps, aus dem Internet erhalten oder mit virtuellen Objekten interagieren. Mit Brillen, welche die Umwelt komplett ausblenden, wird Messebesuchern zudem ermöglicht, vollständig in eine virtuelle Realität einzutauchen.

Augmented Reality vermag aber auch Menschen aus anderen Räumen oder Zeiten miteinander zu vereinen. Mittels holografischer Projektionen durch spezielle Spiegelungen auf Folien oder Gläser können scheinbar virtuelle Bilder im Raum geschaffen werden: Dreidimensionale, computergesteuerte Objekte werden so in einen anderen Kontext übertragen sowie hier sicht- und durch einen Ultraschall-Generator sogar fühlbar gemacht. Dabei wird der notwendige Druck mithilfe der Ultraschallsignale auf einen jeweiligen Punkt gelenkt und durch dessen programmierte Intensität greifbar. Eine Markeninszenierung kann somit als Gesamterlebnis und mit allen Sinnen wahrgenommen werden.

01 ▾



Fotos 01 / 02: raumkontakt

03 / 04 / 05 iconas

Im Zentrum des Messeauftritts von Vitra auf der ISH 2013 stand eine etwa 2,5 Meter lange, interaktive Multimedia-Vitrine, die von der Stuttgarter Agentur iconas konzipiert wurde und ein Vitra-Waschbecken präsentierte. An dem interaktiven Showcase konnten die Besucher eine Symbiose aus Realprodukt, Touch- und Displaytechnik erleben, indem sie „ihr“ Waschbecken per Geste in einem virtuellen dreidimensionalen Raum kreierten. Für die Darstellung kamen drei LC-Displays, eine halbtransparente Scheibe zur Realisierung des Pepper's Ghost-Prinzips (Holografie) sowie ein Plasma-Screen zum Einsatz.

www.iconas.de

03 ▾



Fotos 03 / 04 / 05: ICT, Kohlberg

02 ▾



01 / 02 raumkontakt

Für den Messeauftritt der Technologie Region Karlsruhe auf der Münchner Immobilienmesse EXPO REAL 2012 setzte die Karlsruher Agentur raumkontakt den Aussteller besonders in Szene und fügte dem 110 Quadratmeter großen Auftritt eine virtuelle Ebene hinzu. Anhand von Augmented Reality wurden so die beiden Kernthemen Architektur und Immobilien sowie Hochtechnologie besonders eindrücklich präsentiert: Zum einen konnte die Architektur tatsächlich dreidimensional erfahrbar, zum anderen die technologische Kompetenz der Region illustriert werden. ▶ www.raumkontakt.de

▣ Weitere Informationen und Videos finden Sie unter www.brandnew-app.de

04 ▾



05 ▾

