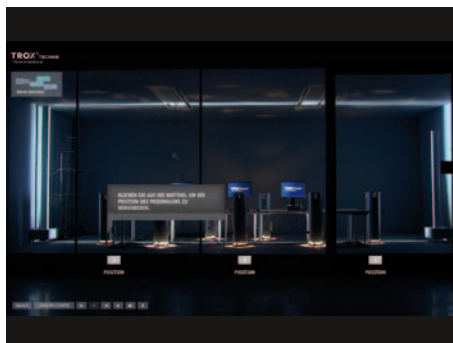




### PR-gestützte Produkteinführung

// Für die PR-Kampagne für ihr neues Produkt Heradesign soft beauftragte der österreichische Akustikprofi Heradesign Deckensysteme, eine Geschäftseinheit der Knauf Insulation GmbH, die BtoB-Agentur ofischer communication. Bereits seit letztem Jahr sorgen die Bonner PR-Strategen mit internationaler Fachpressearbeit für Fachveröffentlichungen rund um die Akustiksysteme für Decke und Wand des Global Players. Heradesign setzt dabei vor allem auf den vertriebsähnlichen Ansatz der Agentur bei der Themenvermittlung. Seit März kümmert sich ofischer communication nun auch um die Fachpressearbeit, Mediaplanung für Anzeigenschaltung und das Social-Media-Marketing für das neue Produkt des Unternehmens in Deutschland. Zu der umfassenden PR-Kampagne gehört neben der klassischen Fachpressearbeit mit zahlreichen großen Veröffentlichungen und prominent platzierten Interviews auch das Eintragsmarketing. Filip Miermans, Leiter Marketing & Kommunikation bei Heradesign: „Neben den vielen guten Erfahrungen, die wir bereits mit ofischer communication sammeln konnten, interessiert mich der neue Ansatz unserer Agentur zum Social-Media-Marketing.“ Agenturinhaber Oliver Fischer erklärt: „Es geht um den Kommunikationsfluss zwischen Kunden, Mitarbeitern und engagierten Verarbeitern. Und durch Zweitverwertung bereits bestehenden Contents nach dem Prinzip 'Single Source – Multiple Media' wird das Marketingbudget geschont.“ (cr)

→ [www.heradesign.at](http://www.heradesign.at)  
→ [www.ofischer.com](http://www.ofischer.com)



### Interaktiver Kompetenzfilm 'Tour de Competence'

// Die Kunst, mit Luft umzugehen, möchte die TROX GmbH mit ihrer Tour de Competence – einem interaktiven Filmerlebnis in HD – beweisen. Das Unternehmen gilt als führend in der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Komponenten und Systemen zur Lüftung und Klimatisierung von Räumen sowie Brandschutz und Filtertechnologie. Für das Filmprojekt zeichnet sich die Agentur KAISER+MORE verantwortlich. Mit Hilfe eines interaktiven Navigationspanels können hier alle Labore und Testräume der Trox Forschung & Entwicklung in beliebiger oder automatischer Reihenfolge besucht werden. Ein Moderator führt u.a. nach einem Besuch beim Architekten Hadi Teherani in Hamburg im Trox-Entwicklungszentrum von Labor zu Labor. Der Betrachter kann dabei selbst auswählen, ob er das vorgeschlagene Thema anschauen will oder doch lieber ein anderes Testlabor besuchen möchte. Im Dialog mit kompetenten Fachkräften werden dem Betrachter spannend und interaktiv Informationen zu Testverfahren in den Bereichen Lufttechnik, Akustik und Brandschutz vermittelt. Die Versuche können vom User selbst gestartet und deren Einstellungen verändert werden – so als würde er tatsächlich gerade zum Beispiel die Schalldämpfung eines Klimatisierungssystems testen. Auf der ISH 2011 – weltgrößte Leistungsschau für innovatives Baddesign, energieeffiziente Heizungs- und Klimatechnik und erneuerbare Energien – feierte der Laborfilm seine Premiere und stand dort auf mehreren Touchscreen-Terminals den Besuchern zur Verfügung, was ein Highlight auf dem Messestand war. (cr)

→ [www.trox.de](http://www.trox.de)  
→ [www.kaisermore.com](http://www.kaisermore.com)



### Dreidimensionale LED-Kugel weckt Emotionen

// Die ARAG, das größte Familienunternehmen unter den deutschen Versicherungen, verzauberte auf ihrer Vertriebstagung in Berlin ihre Gäste. Die Manufaktur für Live-Marketing, commotion, setzte bei der Ausrichtung des Events auf eine technische Innovation – eine LED-Kugel 'LE3D' des Anbieters ARTmos GmbH. Diese hat einen Durchmesser von 190 cm und kann in hoher Brillanz Filme und in Echtzeit Texte oder Spiele wiedergeben. Damit bietet die Kugel Möglichkeiten, die Live-Marketeers bis dato verschlossen waren. Bereits zum Auftakt der ARAG-Tagung kam die Kugel zum Einsatz: Beim Eintreten in den Veranstaltungsraum nahm eine Kamera die 1.200 ankommenden Gäste auf und projizierte sie über die Kugel so, dass sich die Eintretenden auf dem Weg – ein 100 Meter langer roter Teppich – zum Event selber begegneten. Der zweite Einsatz der Kugel erfolgte, nachdem der letzte Gast seinen Platz gefunden hatte. Die Kugel setzte sich in Bewegung, rollte durch die Halle und überraschte die Gäste mit spektakulären Bildanimationen. An verschiedenen Haltestellen wurde die LE3D-Kugel Teil der Bühnenshows und begleitete mit Animationen die Auftritte von Sängern und Live-Musikern. „Die Energie dieser Kugel hat sich auf die Gäste übertragen und den ARAG-Vertrieb emotional perfekt auf das neue Geschäftsjahr eingestimmt“, resümiert Jörg Seng, Geschäftsführer von commotion. (cr)

→ [www.arag.de](http://www.arag.de)  
→ [www.commotion.cc](http://www.commotion.cc)  
→ [www.led-show.de](http://www.led-show.de)