

## Whitepaper

### Vorteile für Agenturen durch 3D-Visualisierungssoftware

Ein überzeugendes 3D Software-Angebot von Bitmanagement:  
Echtzeit Rendering, Internetfähig, Wiedergabe in Film-Qualität,  
Kostenbewusst und Kundenorientiert

#### Inhalt:

1. Einführung
2. Marketing und Werbung mit 3D Technologie
3. Ansprechende Produktpräsentation
4. Interaktivität
5. Hedonistischer Aspekt und „Fun“-Faktor
6. Zielgruppenbündelung
7. Große Verweilzeiten auf Webseiten
8. Einfaches Productplacement auch in „Ad-Games“
9. Edutainment
10. Einfache Distribution
11. Kosten
12. Zusammenfassung
13. Kontakt

#### 1. Einführung

---

Die steigende Akzeptanz des Web 2.0 im privaten und beruflichen Umfeld sorgt nicht nur bei den Anbietern von Internet-Software und Web-Dienstleistungen für Optimismus. Das Vertrauen in das Informations- und Wissenszeitalter ist wieder so groß, dass schon jetzt jene Firmen als künftige Gewinner feststehen, die frühzeitig entsprechende Claims abstecken und (Nischen-)Monopole aufbauen.

Es zeigte sich in der Vergangenheit in den Bereichen Hardware und Infrastruktur vor allem ein Bedarf an leistungsstarken Servern und einer breitbandigen Vernetzung (Glasfaser-, Strom-, Satellitennetze, etc.), die eine bidirektionale Übertragung von datenintensiven Multimedia-Anwendungen wie z.B. streaming-video-on-demand zulassen. Auch der Informationszugang über Endgeräte spielte in den letzten Jahren eine immer bedeutendere Rolle, was die wachsende Anzahl unterschiedlicher Endgeräte (Handy, interaktives Web-TV, Spielekonsolen und sogar bis hin zu Kühlschränken in vernetzten Haushalten mit integriertem Internetanschluss, etc.) heute bestätigt.

Von Interesse ist insbesondere, wie sich die Software-Landschaft entwickelt hat, die aus der Hardware erst ein nutzbares Ganzes entstehen lässt. Zunehmende Aufmerksamkeit wird momentan Softwareprodukten und Integrationsplattformen in unserer vernetzten Welt geschenkt, die das Kommunikations- und Interaktionsverhalten der Internet-Benutzer einschneidend verändern. In diesem Zusammenhang bietet die - bislang vor allem für Produktpräsentationen genutzte - multimediale 3D-Technologie zahlreiche Möglichkeiten für modernes Marketing, da die geeignete Hardware und erforderliche Internetbandbreiten heutzutage weit verbreitet sind.

Bitmanagement Software GmbH beispielsweise bietet interaktive und echtzeitfähige 3D Basissoftware, deren Dokumentation, Support und Weiterentwicklung an. Die Multimedia-Software für 2D/3D, Audio und Video leistet auf Basis der ISO-Standardformate VRML, X3D und MPEG-4 die Visualisierung in Software-, Hardwarekonzepten oder Produkten. Diese internetfähigen und weltweit genutzten ISO-Formate werden von den meisten Tools zur Erstellung von 3D Modellen (3D Content) unterstützt.

Mit den Vorteilen der 3D-Technologie in den Bereichen Marketing und Werbung befasst sich dieses Whitepaper.

## 2. Marketing und Werbung mit 3D Technologie

---

3D Technologie bietet zusätzlich zu den im herkömmlichen Internet verwendeten Kommunikations- und Visualisierungs-Technologien (Filme, Bilder, Text, Chat), die aus Videospiele und aus dem Virtual Reality Bereich bekannten interaktiven 3D-Darstellungen (VRML, X3D Objekte). Somit werden alle Inhalte einfach in Echtzeit auf dem PC des Kunden dargestellt und nicht auf die mit relativ großem Aufwand serverbasierten Großrechenanlagen, sog. „Renderfarmen“. Durch die Berechnung am Client des Users können die zu übertragenden Datenmengen im Verhältnis zum Film soweit reduziert werden (zum Teil nur wenige KB), dass sie beim Download oder Streaming im Internet kaum noch ins Gewicht fallen. Die Weitergabe und Verbreitung der Anwendungen im Internet oder auf CDROM, DVD wird dadurch ebenfalls vereinfacht.

Damit werden Besucher von Internet-Applikationen oder iTV-Formaten in die Lage versetzt, virtuelle Räume zu begehen und in diesen Umgebungen spielerisch und intuitiv Produkte zu betrachten, interaktiv zu testen und schließlich zu kaufen. Für die Anbieter werden mit dieser Technologie neue Geschäftsmodelle ermöglicht.

## 3. Ansprechende Produktpräsentation

---

Die Software erlaubt heute eine Darstellungsqualität, die wir sonst nur von aufwändigen Werbefilmen kennen. Produkte können mit der 3D Technologie multimedial in Filmqualität präsentiert werden. Sie werden dazu mit Echtzeit-Schattierungen belegt, die beispielsweise Oberflächen, wie Wasser, Metall oder ähnliches täuschend echt darstellen. Zusätzlich mischt man die Inhalte noch entfernungsabhängig mit Soundquellen, die im Raum verteilt werden können (3D Sound), um ein perfektes Ambiente für die Produktpräsentation zu schaffen.

## 4. Interaktivität

---

Inhalte können im Gegensatz zum herkömmlichen Film interaktiv präsentiert werden. Für die User eröffnen sich dadurch neue Freiheiten für die Navigation durch Inhalte bzw. bei der Begehung einer Umgebung. Der Benutzer verlässt sogar aktiv vorbereitete Pfade der Präsentation und kann so das Produkt nach seinem Belieben betrachten und bedienen. Seine Aktionen lösen am Produkt Animationen aus, die neue Interaktionsmöglichkeiten, wie Knöpfe, Schieberegler oder Verhaltensweisen des Objektes eröffnen. So wird der Benutzer explorativ immer weiter in die Vorzüge eines Produktes oder Formates eingeführt und er hält sich damit deutlich länger bei der Anwendung auf, als bei einem herkömmlichen, nicht interaktiven Film.

## 5. Hedonistischer Aspekt und „Fun“-Faktor

---

Der „Fun“-Faktor beim modernen Marketing ist wichtiger denn je. Produkte und Software sollen nicht nur störungsfrei funktionieren, sondern auch die Persönlichkeit des Nutzers in seinem Umfeld aufwerten und auch schon bei der Bedienung einfach nur Spaß machen. Das richtige 3D Design muss dazu stimmen. 3D ist in! In Punkto Design stehen für ausgefeilte Werbekonzepte alle Möglichkeiten offen. Heutzutage erwarten Anwender schön gestaltete Benutzeroberflächen, die ähnlich einfach zu bedienen sind wie Spiele. Die Software von Bitmanagement zum Beispiel bietet dazu die nötigen Funktionen, um anspruchsvolle Konzepte auch mit dem „Fun“-Faktor zu bestücken.

## 6. Zielgruppenbündelung

---

3D Software wird eingesetzt zur multimedialen Unterstützung von Communities. Das sind Knotenpunkte im Internet, an denen tausende zielgruppenspezifische Benutzer „gebündelt“ werden. Diese Benutzergruppierung ist interessant, weil dabei viele User mit ähnlichen Interessen und Einkaufsverhalten zusammenkommen, die mit gezielten Marketingmaßnahmen beworben werden können. Durch Profiling-Ansätze lässt sich das Konsumverhalten des Users automatisch erfassen und auswerten, mit dem Ziel, werbliche Konzepte zu optimieren.

## 7. Große Verweilzeiten auf Webseiten

---

Durch die ansprechende, mit 3D Grafik unterstützte Darstellung der Inhalte, wird die Verweildauer der Benutzer in diesen Internetknotenpunkten stark erhöht. Haben herkömmliche Webseiten eine Durchschnittsverweildauer von wenigen Minuten oder Sekunden, so bleiben die Nutzer von interaktiven 3D Konzepten oftmals sogar zwischen 30 Minuten und mehreren Stunden in einer Virtuellen Umgebung und können während dieser Zeit beworben werden. Aktuell bestätigt wird diese Behauptung mit einem großen Ad-Game, das mit der BS Technologie für einen großen US Konzern (Goodyear) im Web realisiert wurde.

## 8. Einfaches Productplacement auch in „Ad-Games“

---

Productplacement ist in vielen Werbekonzepten ein wichtiger Bestandteil einer Kampagne. Es ist die Nobelkarosse, mit dem der Hauptdarsteller über die Leinwand rast, und der hohe Suggestivwirkung erzeugen kann. Dieses Werbeinstrument ist auch in einer virtuellen Umgebung besonders effektiv, wenn beispielsweise ein Produkt oder eine Produktserie mit einem 3D animierten Ad-Game beworben wird, oder zusätzlich der Blick des Betrachters in einem virtuellen Umfeld auf ein Fußball-Stadion mit einer Bandenwerbung gelenkt wird. Die 3D Technologie ist soweit fortgeschritten, dass all dies natürlich auch im Internet erlebt werden kann.

## 9. Edutainment

---

Lerninhalte werden beim Stichwort „Edutainment“ mit Unterhaltungselementen verknüpft. Dadurch entstehen nachweislich kurzweiligere Schulungskonzepte als mit traditionellen Möglichkeiten. Visuelle 3D Darstellungen bieten hier große Vorteile. Etwa beim Überbrücken von Sprachbarrieren. Visualisierte Schulungskurse können sprachneutral in Szene gesetzt werden. Dadurch werden Inhalte auch über kulturelle Unterschiede hinweg verstanden. Der Lernerfolg stellt sich z. B. bei Einführungskursen viel rascher ein, als bei Verwendung von text-basierten Unterlagen.

## 10. Einfache Distribution

---

Die Verteilung von herkömmlichen Werbefilmen, z.B. im Internet, ist schwierig, da meist hohe Downloadzeiten die Geduld der Nutzer auf eine harte Probe stellen, und bei verstärkten Zugriffen hohe Downloadgebühren von den Internet Service- Providern anfallen. 3D- Animationen benutzen nur einen Bruchteil der Bandbreiten und sind dadurch problemlos im Internet zu verteilen. Auch die Distribution durch andere Medien wie CD/DVD sind ebenso möglich.

## 11. Kosten

---

Die Produktion von Werbefilmen ist erfahrungsgemäß sehr kostenintensiv. Die Erzeugung von interaktiven 3D-Animationen ist dagegen schon deshalb kostengünstiger, weil die Herstellung weniger Personal benötigt und hohe Schauspielergagen nicht anfallen. Lediglich ein 3D Designer kann die Animationen realisieren, das bedeutet Einsparung von Spezialisten der Filmcrew. Licht, Schattenelemente werden virtuell arrangiert und müssen nicht aufwändig physikalisch hergestellt werden.

## 12. Zusammenfassung

---

3D Technologie erfüllt heute drei wesentliche Voraussetzungen, die für die erfolgreiche Werbe-Ansprache erforderlich sind: die steigenden Ansprüche der Verbraucher an die Ästhetik der Werbung, an die technische Perfektion der Wiedergabe und den immer stärkeren Wunsch nach Interaktivität. Die Werbewirtschaft profitiert zunehmend von der Internetfähigkeit der 3D Technologie, die eine Adressierung der Werbebotschaften auch in Breitenmärkten kostengünstig möglich macht.

## 13. Kontakt

---

Unsere Produktpalette, Demos und Downloads der funktional nicht eingeschränkten Visualisierungs-Software finden Sie unter:

Bitmanagement Software GmbH,  
Oberlandstrasse 26  
82333 Berg bei München

[www.bitmanagement.de](http://www.bitmanagement.de)    Telefon: 08151-971708  
[info@bitmanagement.de](mailto:info@bitmanagement.de)    Telefax: 08151-971709

Berg, Dezember 2009