

# Clever und smart

*Seine Weltpremiere hatte er auf dem Autosalon Paris. Danach zauberte er auf Messen rund um den Globus tausende individuell bedruckte Give-aways hervor. Der Smart-Konfigurator ist ein mehrfach ausgezeichnetes cross-mediales Messe-Exponat des Kreativ-Teams Spek Design um Patrick Sauter und Eberhard Kappler.*

VON NICOLA SCHEIFELE

**versio!:** Herr Sauter, wie viele Pappwürfel haben die Besucher im Schnitt auf einer Messe gefaltet und wie viele Smarts wurden aufgrund des Konfigurators verkauft?

**Patrick Sauter:** Letzteres ist natürlich nicht messbar. Aber der Konfigurator hat zirka 6000 Karten pro Messe gedruckt – insgesamt 30 000 auf den fünf Messen seit Oktober 2008. Ob dann jeder Kunde seine Karte in einen Würfel

verwandelt hat, können wir natürlich nicht wissen. Manche machen es gleich, manche machen es zu Hause, manche wollen die Karte behalten oder drucken sich ein zweites Exemplar aus, um beides zu haben ...

**versio!:** Ihr Auftraggeber, die Daimler AG, kann also zufrieden sein?

**Sauter:** Die Messe- und Event-Abteilung von Smart – unter Leitung von Benedict Hilger – ist mit dem Konfigurator sehr zufrieden. Das Exponat funktioniert störungsfrei und bereitet den Messebesuchern viel Freude. Neben diesen beiden wichtigen Faktoren sollte das Exponat in die Smart-Welt passen. Das heißt, der Konfigurator sollte dem Markenimage entsprechen und die Produktaussage unterstützen.

**versio!:** Der Konfigurator wurde inzwischen ja zweimal mit einem IF Communication Design Award ausgezeichnet – was zeichnet ihn neben den

bereits genannten Faktoren noch aus?

**Sauter:** Ein Konfigurator – egal, in welchem Bereich er eingesetzt wird – weist zuerst auf den Individualisierungsaspekt eines Produktes hin. Dieser Aspekt wird bei der Vermarktung eines Produktes immer wichtiger. Gerade die Zielgruppe der Smart-Kunden legt großen Wert auf Individualität in ihrem Lifestyle. Wenn ein Kunde seinen Wunsch-Smart an diesem Exponat konfiguriert und seine individuelle Karte selbst ausgedruckt hat, wird er dies nicht so schnell vergessen und sein gestaltetes Werk auch nicht so einfach entsorgen, wie das mit vielen anderen Drucksachen nach Messen geschieht.

**versio!:** Klingt überzeugend, aber ist die Entwicklung und Installation eines solchen Messe-Exponats nicht sehr aufwendig?

**Sauter:** In der Entwicklung schon, aber der Konfigurator schafft auch eine besondere nachhaltige Erinnerung an das



*Vom großen zum kleinen Würfel: An den großen Würfeln wählt der Messebesucher Farben, Material und Felgenform aus. Als Give-away erhält er eine Postkarte, mit der er den kleinen Würfel falten kann.*





## Spek Design

Das Stuttgarter Kreativ-Team um Patrick Sauter und Eberhard Kappeler entwirft und plant „Räume, Produkte und Ereignisse“ für einen internationalen Kundenkreis – vom Innenausbau über Messeauftritte bis hin zu Produktentwicklungen. Für den Smart-Konfigurator erhielt Spek Design zwei IF Communication Design Awards 2009. Weitere Infos unter [www.spek-design.de](http://www.spek-design.de)

Produkt. Und die Installation auf der Messe funktioniert ganz einfach nach dem Plug'n'Play-Prinzip: Gerät einschalten, Karten-Rohlinge einfüllen und los.

**versio!:** Ihre Entwicklung könnte sich also auch für Messeauftritte anderer Unternehmen lohnen?

**Sauter:** So ein crossmediales Exponat lohnt sich für jeden Hersteller, der auf einer Messe ein individualisierbares Produkt anbietet.

Die sogenannten Freitag-Taschen aus gebrauchten LKW-Planen sind ein Paradebeispiel dafür. Der Kunde wählt sein Planensegment am Online-Konfigurator im Internet-Shop aus und hat später das Gefühl, dass er die Tasche mitgestaltet hat. Dieses Gefühl zu vermitteln, obwohl ein Großserienprodukt verkauft wird, ist ein eindeutiger Zukunftstrend und Erfolgsmarkt. Hier entsteht schon bei der Bestellung eine emotionale Produkt- und Markenbindung.

**versio!:** Auf der Messe bestellt der Kunde ja nicht nur, er bekommt sogar gleich ein kleines Give-away ...

**Sauter:** ... weil man auf der Messe dem Kunden etwas mehr bieten muss als das alltägliche Internet-Angebot. Er kommt auf die Messe, um die Produkte mit allen Sinnen zu erleben. Der Konfigurator ermöglicht ihm, die Eingabewürfel mit ihren verschiedenen Materialien wie Stoff oder Leder anzufassen, am Bildschirm zu „modellieren“ und sein Wunschmodell in Form einer individuell gedruckten Karte oder als Würfel mitzunehmen. Das ist einer von mehreren Punkten, mit dem sein Besuch des Smart-Messestands belohnt oder zum besonderen Erlebnis wird. Ein Plakat, eine Stellwand oder eine Stand-alone-Bildschirm-Lösung ist dazu natürlich vergleichsweise langweilig, weil diese Dinge keine Interaktion beim Kunden hervorrufen. Diese ist aber der Schlüssel zur erfolgreichen Face-to-Face-Kommunikation. Die Interaktion muss allerdings Spaß machen und darf nicht aufdringlich wirken.

**versio!:** Apropos Spaß – was wird künftig mehr Spaß bereiten: gedruckte oder elektronische Kommunikationsmedien?

**Sauter:** Neue Medien werden gerne für eine gewisse Zeit wegen ihres Novums, wegen des menschlichen Spieltriebs und der Angeberlust eingesetzt – gerade von uns kindsköpfigen Männern! Sobald sich der Neuigkeitswert abgenutzt hat, besinnt man sich wieder auf das Sinnvolle – im Sinne der Sinnesaufnahme. ○

## Der Smart-Konfigurator

Das Messe-Exponat hat Spek Design für die Messe- und Event-Abteilung von Smart entwickelt. Es ist eines von vier interaktiven Exponaten, die – integriert ins aktuelle Messekonzept – auf internationalen Messen zum Einsatz kommen. Das Ziel: Das Exponat soll die Marke Smart für den Besucher erlebbar machen und ihm Spaß bereiten. Er kann anhand vier großer Würfel seinen individuellen Smart am Bildschirm gestalten. Diese Würfel tragen jeweils Originalmuster der Lacke, der Tridionfarbe, der Materialien für die Innenausstattung – Stoff und Leder – sowie Abbildungen der Felgenauswahl. Hinter jedem Material, Farb- und Formmuster ist ein codierter RFID-Chip integriert, der dem im Konfigurator eingebauten PC und Epson-B300-Businessdrucker mitteilt, welche Würfelseite nach oben schaut, spricht: was der Messebesucher ausgewählt hat. So kann sich dieser das Bild seines individuellen Smarts auf einer Postkarte ausdrucken lassen und – wenn er will – die Karte zu einem kleinen Würfel falten. Die Karten sind bereits zu 75 Prozent im Offsetverfahren bedruckt, die restlichen 25 Prozent werden mit dem Konfigurator-Drucker ergänzt. Dieser sollte möglichst klein sein und gleichzeitig über beste Druckqualität sowie über maximale Papiergrammatur und Druckerpatronenkapazität verfügen. Pro Messe-Einsatz werden zwischen 7 500 und 10 000 Karten auf inkjetfähigem Papier vorgedruckt – für jeden Messestandort grafisch neu gestaltet. Die City-Skyline im Hintergrund des abgebildeten Smarts zeigt die charakteristische Silhouette der Gastgeber-Stadt. Die Hintergrundfarbe jeder Karte wird nach einem vorprogrammierten Schlüssel gedruckt. Dadurch wird die Individualität der Karte plakativer wahrgenommen und der Besucher ist umso verblüffter über das ausgedruckte Ergebnis. Die mit Agraffen angestanzte Karte erlaubt ihm das Faltbild eines kleinen Smart-Würfels herauszulösen, um sich sein persönliches Give-away zu falten und zusammenzustecken.

