

schuhplus.com sendet aus eigenem Virtuellem TV-Studio / Unternehmen startet zukunftsweisende Wege der Kunden-Kommunikation

Dörverden (14.09.2010) – Ab sofort sendet das Unternehmen schuhplus.com aus einem eigenen Virtuellen TV-Studio. Damit setzt das Fachgeschäft für Damen- und Herren-Schuhe in Übergrößen sein Augenmerk auf die Produktion von hochqualitativen Firmenvideos. Ob Informationen zu Bestellabläufen, Versandwesen oder Produkten: Als eines der größten Schuhgeschäfte für Sondergrößen in Europa konzentriert das junge Unternehmen schuhplus.com seinen Vertrieb fortan auf die enorme Kraft der Bilder und geht mit modernsten Computergrafiken einen zukunftsweisenden Vertriebsweg, den zumeist nur nationale TV-Sender umsetzen.

In gigantisch glänzenden Kulissen begrüßt Geschäftsführer Kay Zimmer seine Kunden auf der Internetseite von schuhplus.com. Das Firmenlogo dominiert auf den weißen Hochglanzsäulen; auf einer riesigen Videoleinwand im Hintergrund laufen aktuelle Schuhmodelle durchs Bild. Was keiner weiß: Zimmer steht lediglich in einem großen dreidimensionalen grünen Raum. Kein Hochglanz, keine Monitore, keine Kulissen: Alles stammt aus hochmodernen Grafikrechnern. Das Besondere: Während der Dreharbeiten wird das Set in Echtzeit gerendert, das bedeutet: Der Moderator befindet sich in der grünen Umgebung, die Kamera bewegt sich und damit automatisch auch synchron der im Computer erzeugte Hintergrund, welcher jederzeit auf Knopfdruck beliebig verändert werden kann – eine Live-Technologie, die auch bei Sendern wie ZDF, RTL, N24 oder ARD angewendet wird. „Unser Virtuelles TV-Studio ist der neue zentrale Knotenpunkt für unsere gesamte Kommunikation. Wir produzieren sämtliche Inhalte für unsere Webseiten, Video-Newsletter, Video-Blogs, aber auch TV-Spots für unsere neue Fernsehkampagne“, so Zimmer.

Über ein Jahr wurde das kostspielige Projekt von rund einer halben Million Euro geplant; innerhalb von nur vier Monaten sind sämtliche Infrastrukturen am Unternehmensstandort in Dörverden geschaffen worden. Sechs neue, sehr fachspezifische Arbeitsplätze entstanden durch das innovative TV-Studio. „Obwohl Internetleitungen immer schneller werden, setzen die meisten Shopbetreiber nach wie vor auf ein Modell, welches weit über zehn Jahre alt ist: Produktfoto, Text, Bestellknopf, fertig. Durch die Integration von hochkarätigen HD-Videos vollzieht schuhplus.com den Wandel vom Webshop hin zum Entertainment-Shopping. Mit dem Virtuellen Studio erschaffen unsere 3D-Graphiker am Computer grenzenlose Studio-Kulissen, die bei einem realen Bühnenbau mehrere Millionen Euro kosten würden. Und das Beste: Der Zuschauer erkennt keinen Unterschied zwischen realer und virtueller Produktionsweise“, so Zimmer.

Die Videos von schuhplus.com sind jedoch nicht nur auf der eigenen Webseite zu sehen. Das Unternehmen nutzt ein ausgeklügeltes multimediales Vertriebssystem, mit dem die produzierten Videos vollautomatisch auf über 30 Internetseiten veröffentlicht werden, der Grund: Videoportale wie YouTube, Clipfish oder MyVideo bekommen zunehmend eine Bedeutung als eigenständiger Kommunikation- und Vertriebskanal. Bereits 62 % aller Internet-User nutzen laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 Bewegtbild-Angebote im world wide web, Tendenz weiterhin stark steigend. Unternehmen nutzen zudem das Internet, um mit Business-TV ihre Mitarbeiter und Kunden, aber auch Medien zu informieren. schuhplus.com setzt parallel dazu das Augenmerk auf eine persönliche Kundenansprache. „Mehr Internet bedeutet mehr Anonymität und das bedeutet mehr Sehnsucht nach Geborgenheit. Zwar könnten wir Personen mit Leichtigkeit aus dem PC virtuell erzeugen, doch wollen wir unseren Besuchern stets zeigen, welche Menschen ganz real hinter schuhplus.com stehen. Die Authentizität des Teams eingebettet in hochauflösende Grafiken ergibt eine geballte Ladung an Aufmerksamkeit und Transparenz zugleich. Im Zuge des Zusammenwachsens von Internet und TV, wie Google es aktuell plant, läuten wir damit eine neue Ära des Internet-Shoppings ein“, so Geschäftsführer Kay Zimmer.

Die grüne Farbe im Studio ist noch nicht einmal richtig trocken. Und schon ist das junge Unternehmen dabei, das nächste Projekt zu proben: In wenigen Wochen startet schuhplus.com mit einem eigenen TV-Kanal: „Über IP-TV werden wir auf schuhplus.com aus unserem Virtuellen Studio mehrmals wöchentlich eine Live-Sendung fahren und unsere User interaktiv einbinden: Sie können anrufen, über ICQ, Skype, E-Mail, Facebook oder Twitter Fragen stellen und sich mit dem Moderator ins Studio live verbinden lassen“, verrät Zimmer.

Optionale Textbausteine als Add On (special interests):

Textbaustein: Relevanz von Videos im eCommerce

Anfang der 80er Jahre konnte ein bundesdeutscher Haushalt drei Fernsehsender empfangen. Heute buhlen über 1300 Sender um die audio-visuelle Gunst der Zuschauer. Mit einer täglichen Sehdauer von 212 Minuten pro Kopf ist im Jahr 2009 der höchste Wert seit Bestehen der AGF/GfK Fernsehforschung ermittelt worden. Auch die Internetnutzung nimmt kontinuierlich zu: Laut Branchenverband Bitkom nutzten 2009 über 80% der Deutschen das Internet mit einer täglichen pro Kopf Nutzungsdauer von 102 Minuten – Tendenz steigend. Und das spürt auch die Wirtschaft. Im Jahr 2009 wurde alleine in Deutschland ein Umsatz über das Internet von 29,1 Milliarden Euro erzeugt; laut Bundesverband des Deutschen Versandhandels stammen 53,3% des gesamten Versandgeschäfts aus dem eCommerce.

Internetbetreiber, die auf Ihrer Seite Videos eingebettet haben, befinden sich dabei auf der Pool-Position. Der Grund: Videos werden von Suchmaschinen wie Google als so genannter Prime-Content und damit als besonders relevant klassifiziert. Die Folge: Die Seite landet im Ranking automatisch weiter oben. Die Platzierung von Videos steht somit im Zeitalter von web 2.0 für ein dezidiertes multifunktionales Marketinginstrument in der Online-Kommunikation. Und der Branchenprimus Google ist von der Bedeutung von Videos hochgradig überzeugt: 1,3 Milliarden Dollar hat das Unternehmen im Jahre 2006 für den Kauf von YouTube auf den Tisch gelegt. Die ökonomische Symbiose zwischen Videos und Vertriebskanal ist objektiv nicht von der Hand zu weisen.

Textbaustein: Bedeutung von rich media für Journalistik und Journalismus

Es wird getwittert, gefacebooked und geclipfished – und das mit steigender Popularität: Knapp ein Viertel der Deutschen nutzen regelmäßig den Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen; bei Jugendlichen liegt der Anteil sogar dreimal so hoch. Während Datenschützer verstärkt auf potenzielle Sicherheitslücken hinweisen, nehmen Unternehmen, die sich auf social media Netzwerke einlassen, dezidiert wahr, dass sich durch eine immer stärker werdende mediale Konvergenz das Kommunikationsverhalten zunehmend verändert: Der multimediale Rezipient ist nicht länger „nur“ der Empfänger von Werbeinhalten. Insbesondere durch das Internet als massenmediales Trägermedium treten beide Seiten in den Dialog – ein Kommunikationsmodell, welches bei ernsthafter Anwendung neue Perspektiven und damit neue Vertriebskanäle öffnet.

Textbaustein: Abschnitt Technik / Studioausstattung:

Das virtuelle Studio wurde von den Düsseldorfer Spezialisten für virtuelle Studiotechnik, der vr3 virtual production OHG, geplant und installiert. Produziert wird durchgängig digital im Format HD 720P50 (QuickTime 4:2:2). Die bandlose Aufzeichnung auf das Raid-System ermöglicht den direkten Zugriff auf das gesamte Bildmaterial. In der Postproduktion werden die Bilddaten bearbeitet, schnell und unkompliziert in jedes beliebige Format gewandelt (Flash, H264, etc.) und auf einen FTP Server geladen bzw. auf einem externen Speichermedium ausgeliefert. Jochen Schreiber, einer der drei Gründer von vr3, ist von der Investition für schuhplus überzeugt: „schuhplus.com hat sich von Anfang an für eine HD-Lösung mit virtuellen Studiosets im Live-Rendering-Verfahren ausgesprochen, um grafische Höchstleistungen zu erzeugen und gleichzeitig den Aufwand in der Post Produktion zu minimieren. Mit unserem flexiblen VectorLE System steht dem Unternehmen fortan eine leistungsstarke, zukunftsorientierte und vor allem effiziente Produktionsumgebung zur Verfügung.“

- 45 qm Greenbox Studio, U-förmige Hohlkehle
- Studioliicht
- VectorLE VR3 Realtime Renderer mit integriertem Delay und Chroma Keyer
- JVC HD 720p50 Studiokamera mit Teleprompter
- Sensor basiertes Tracking (Fahrt, Hub, Pan, Tilt, Focus, Zoom)
- Kamera Dolly auf 4-Meter-Schienen
- 2x Sennheiser Funkstrecke, Tonmischer
- Bandlose Aufzeichnung auf Raidssystem
- MacPro 8Core Steuer- und Schnittrechner
- FinalCutPro Production Suite
- 3D Arbeitsplatz mit Softimage 2011

Pressekontakt:

WECONDA virtual media productions
Inh. Georg Mahn, Dipl.-Journalist (FH)
Große Straße 79b

27313 Dörverden

Tel.: 04234 / 9344-826
Fax.: 04234 / 9344-829
E-Mail: Georg.Mahn@weconda.de
Website: www.weconda.de