

PRESSEINFORMATION

Intersport Eybl V*MAG Frühling/Sommer 2010:

Video-Magazin am POS punktet mit Modenschau

Juni 2010 – Nach einem erfolgreichen Jahr 2009 hat sich Intersport Eybl gemeinsam mit Lackner Mediasystems für die Gestaltung der aktuellen Ausgabe des V*MAG's etwas ganz Besonderes einfallen lassen und schickt kurzerhand Models auf den eigens kreierte Laufsteg. Zu sehen ist das Video-Magazin in den Eybl-Megastores. „Das V*MAG unterstreicht unsere Position als Marktführer und Trendsetter“, so Mag. Andreas Sammer, Verantwortlicher für Multimedia und Flächenmanagement bei Intersport Eybl, „denn es ist dynamisch, innovativ und arbeitet mit zielgruppenspezifischem Infotainment. Kunden und Mitarbeiter nehmen das hervorragend an und wir schaffen so eine ganz besondere Shopatmosphäre.“ Das Magazin läuft auf jeweils vier hochformatigen Bildschirmen in den Bereichen Bademode, Outdoor, Bike und Teamsport.

Innovation mit Emotion & Information

Das Video-Magazin kombiniert Elemente klassischer wie auch neuer Werbeformen und nutzt dadurch das Potenzial von Digital Signage am Point of Sale optimal aus. Die emotional gestalteten Intro-Videos, für die in diesem Jahr eine eigene Eybl-Modenschau gefilmt wurde, ziehen dabei direkt bei Betreten der Abteilungen die Blicke auf sich. Die Produktseiten erinnern an das klassische Konzept eines Kataloges und bieten Raum für die exklusive Präsentation von Lieferant und Produkt. Fokus wurde auf eine klare Linie der Konzeption gelegt. „Digital Signage“, so Udo Lackner, Geschäftsführer von Lackner Mediasystems, „stellt nicht nur Herausforderungen im technischen Bereich, sondern auch an die Aufbereitung der Inhalte. Übertriebener Stilmix und der gleichzeitige Einsatz zu vieler medialer Reize führt schnell zu einer Überforderung des Betrachters. Wir legen besonderen Wert auf Ganzheitlichkeit und perfekt aufeinander abgestimmte, harmonische Lösungen. Kurz gesagt: die richtige Technik mit dem richtigen Content.“

Mit klaren Konzepten ans Ziel

Als Marktführer im heimischen Sporthandel mit 15 Shops und 10 Megastores steht für Intersport Eybl eine dynamische und zielgruppenspezifische Kommunikationslösung im Vordergrund. Der Anspruch an ein Digital-Signage-Konzept war die maximale emotionale Ansprache und Präsentation des authentischen Nutzens für den Kunden.

In LMS wurde ein dynamischer Partner gefunden, der durch langjährige Erfahrungen im Bereich multimedialer Markenführung das richtige Gespür für Trends hat. „Wir müssen weg von der reinen Verkaufsförderung hin zu Image-Branding durch Emotion. Wir wollen dem Kunden Erlebnisse bieten, die dauerhaft in den Köpfen bleiben. In Zeiten der Verwechselbarkeit ist Nachhaltigkeit das Gebot der Stunde“, so Udo Lackner, Geschäftsführer von Lackner Mediasystems.

Lackner Mediasystems GmbH (LMS) wurde 2001 von Udo Lackner gegründet und ist Österreichs erster Fullservice Anbieter für digitale Kommunikationslösungen am Point of Sale (POS). In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden entwickelt LMS individuelle, digitale Kommunikationslösungen zur zielgruppenorientierten Ansprache von Kommunikationsinhalten und Werbebotschaften am POS. Zu den Kernprodukten zählen audio-visuelle und interaktive Gesamtlösungen mit dem Schwerpunkt auf Konzeption, Beratung, technische Planung, Umsetzung und Content Management. Die Produktpalette umfasst

- "sound of sales®" – akustische Markenführung am POS,
- "vision of sales®" - visuelle Markenführung am POS und
- "action of sales®" – interaktive Markenführung am POS

Namhafte österreichische Handelskonzerne setzen bereits erfolgreich auf digitale Kommunikationslösungen von Lackner Mediasystems GmbH. Zum Beispiel: Mediamarkt, Saturn, Intersport, Intersport Eybl, Sports Experts, Drei, Reiter Betten & Vorhänge, BIPA Italien, Telekom Austria AG und McDonald's.

Weitere Infos und Rückfragen zu richten an:

Lackner Mediasystems GmbH
 Schlossgasse 14/27, A-1050 Wien
 T +43 1 545 80 08
 F +43 1 545 80 08-8
 W www.mediasystems.at