

# Neue Digitale setzt auf Multitouch

Online-Agentur berät Unternehmen beim Einsatz des interaktiven Tisches **Microsoft Surface** / Verwendung als Werbeträger denkbar

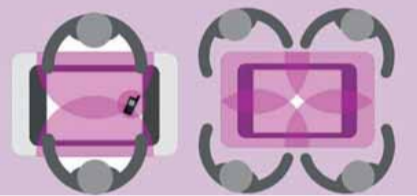
*Neue Digitale/Razorfish führt die Multitouch-Plattform Microsoft Surface in Deutschland ein. Zielgruppe sind Autobauer, Finanzdienstleister und Telekommunikationsanbieter.*

Spätestens seit dem neuen James-Bond-Film sind sie einer breiten Öffentlichkeit bekannt: Die multimedialen Tische, auf denen Bilder und Informationen durch das Antippen der Oberfläche aufgerufen und verschoben werden können. Der Leinwandheld Agent 007 erfährt dadurch in Sekundenschnelle alles Wissenswerte über seine nächste Mission. In der realen Welt sind die Anwendungsszenarien der sogenannten Multitouch-Plattformen nicht ganz so spektakulär und die Geräte deutlich kleiner. Doch der Anwendernutzen kann wie im Film sehr groß sein: Verkäufer stellen etwa ihre Produkte am Point of Sale sowie auf Messen und Road Shows vor, Touristen informieren sich in der Hotel-Lobby über ortsnahe Einkaufs- und Erlebnismöglichkeiten.

Vorreiter ist dabei Microsoft mit der Anwendung Microsoft Surface, die bislang nur in den USA zum Einsatz kam, unter anderem in den Shops des Telekommunikationsriesen AT&T. In Deutschland sollen die ersten Projekte im 2. Quartal 2009 starten. Zuständige Agentur ist die Microsoft-Beteiligung Neue Digitale/



Die Multitouch-Plattform Microsoft Surface bietet Händlern zahlreiche Möglichkeiten der **Produktpräsentation**. Dabei können bis zu vier Personen gleichzeitig Funktionen wie Zoom und Identitätserkennung nutzen



Razorfish, die das Tool Anfang November auf der IT-Messe Xtopia erstmals dem deutschen Fachpublikum vorstellte. Das Team um Geschäftsführer Andreas Gahlert tritt bei dem deutschen Roll-out als Dienstleister auf. „Wir beraten die Kunden, wie sie das Gerät einsetzen und in das bestehende digitale Umfeld integrieren können“, erklärt Gahlert. Ähnlich wie bei Website-Projekten konzipieren die Frankfurter Online-Spezialisten Strategie und Idee, bauen das User Interface, entwickeln

die kundenspezifische Anwendung, bringen das Surface mit den CRM-Daten des Kunden zusammen und implementieren eine Tracking-Software zur Analyse und Optimierung der Ergebnisse. Um den Vertrieb der Surface-Technologie kümmert sich Microsoft.

Welche Unternehmen das Surface in Deutschland voraussichtlich einsetzen werden, wollen die Beteiligten noch nicht verraten. Nach Aussage von Tom Acland, Technology Director bei

Neue Digitale/Razorfish, sind besonders Firmen aus den Branchen Automobil, Finanzdienstleistung und Telekommunikation an dem Tool interessiert. Weitere mögliche Kunden seien Gastronomie- und Tourismusanbieter. Ein denkbares Anwendungsszenario in einem Mobilfunkshop sieht wie folgt aus: Ein Kunde legt sein Handy auf ein Surface. Das 12500 Dollar teure Gerät erkennt sofort, um welche Marke es sich handelt und zeigt alle Funktionen des Mobiltelefons

an. Sobald ein zweites Handy danebengelegt wird, erscheint eine Vergleichstabelle. Oder das Surface erkennt den Nutzer anhand seiner Kundenkarte, welche die Handyanforderungen und Eigenschaften des Users enthält. Der Tisch zeigt ein Foto des Kunden und platziert drum herum passende Geräte.

Im nächsten Schritt kann sich Acland das Surface auch als Werbeträger vorstellen, etwa bei Installationen in öffentlichen Bereichen wie Shoppingzentren. Konkrete Pläne gibt es aber noch nicht. Trotzdem findet bereits eine Art von Markenkommunikation auf der Multitouch-Plattform statt, und zwar für die Marke, die das Tool einsetzt: „Das Surface ist wie ein großes iPhone, bei dem die Art und Weise der Bedienung stark auf die Marke abstrahlt“, sagt Gahlert. **BERT RÖSCH**

## Das Microsoft Surface

### Eigenschaften:

- Inhalte können direkt mit den Händen angefasst und manipuliert werden. Tools wie Maus oder Tastatur sind nicht nötig.
- Das Surface registriert bis zu 52 Eingaben gleichzeitig. Somit können vier Personen gleichzeitig mit allen Fingern interagieren und gemeinsam an Projekten arbeiten.
- Das Gerät erkennt auch Gegenstände anhand ihrer Form und Größe.
- Es gibt Schnittstellen zur realen Welt, zum Beispiel via Bluetooth oder QR-Code.

Anzeige

[www.ass-radio.de/nord](http://www.ass-radio.de/nord)

## Tief im Norden festliche Gewinne fangen.

Wer jetzt nicht taucht, taucht nix: Das große Nikolausspiel der AS&S Radio Nord-Kombi ist online. Trotzten Sie den Gefahren der Unterwasserwelt, machen Sie fette Beute und sichern Sie Ihre Gewinnchance auf ein Apple MacBook, eins von zwei Philips Internetradios oder eine von drei WMF 1 Kaffeepadmaschinen. Außerdem gewinnt jeder Tagessieger eine Flasche Champagner. Petri Heil!

