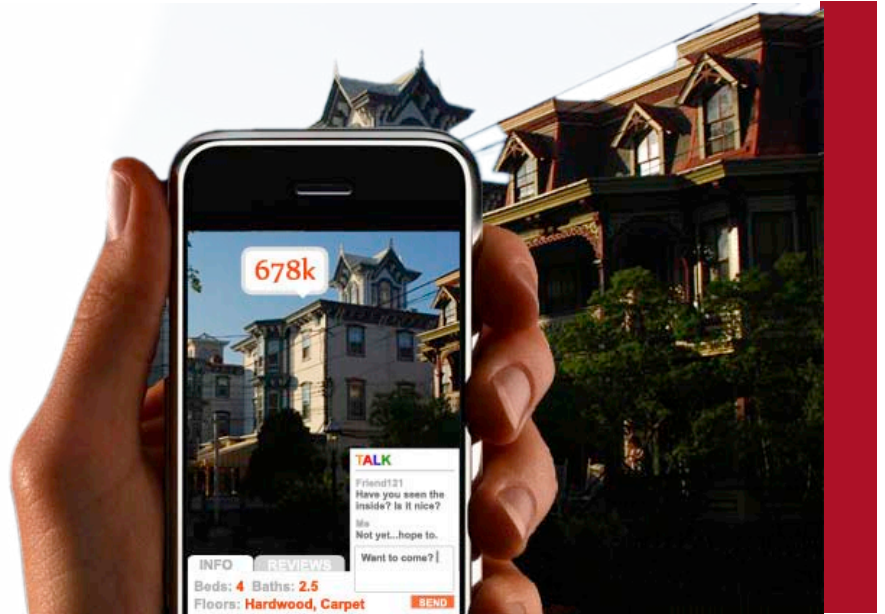


# AUGMENTED REALITY

– WAS IST DENN DAS?



Augmented Reality heißt so viel wie erweiterte Realität, eine Technologie, mit dessen Hilfe auf mobilen Endgeräten Bilder oder Videos um standortbezogene Daten (Informationen) erweitert werden. Ein neuer Trend?

Computergenerierte Zusatzinformationen, die bestehende Videos oder Bilder visuell überlagern – wie kann so etwas in der Praxis aussehen? Ein Beispiel: Bei einer Fußballübertragungen ist es möglich, die Entfernungen zum Tor, z.B. bei Freistößen, einzublenden. Dies geschieht ja in der Praxis bereits. Und genau so können Dienstleister Zusatzinformationen zu Bildern, Fotos oder Live-Kameraviews einblenden, die sich der Nutzer gerade anschaut. So gibt es bereits Dienstleister, die einen Service entwickelt haben, bei dem der Nutzer, wenn er seine Smartphone-Kamera auf ein Haus richtet, gleichzeitig überlagerte Informationen über Wohnungen erhält, die zu vermieten sind. Die Technologie verbindet dabei das Kamerabild mit den geobasierten Informationen des Nutzers (durch den integrierten GPS-Empfänger) sowie die in Datenbanken hinterlegten Angaben von externen Dienstleistern (z.B. durch die Immobilien-App eines Wohnraumanbieters).

Die Tatsache, dass die modernen Smartphones – vom Apple™ iPhone™ bis hin zu den Android-basierten Smartphones – allesamt mit leistungsstarken Prozessoren sowie GPS-Empfängern ausgestattet sind und bereits jetzt eine Vielzahl an Mobilgeräten permanent online sind, bietet ganz neue Möglichkeiten für neue Service und Dienstleistungen. ■



Liebe  
Geschäftsfreunde,

mit Temperaturen an die 30° Celsius ist klar: Der Sommer ist da - und damit liegt auch fast die erste Hälfte des Jahres 2011 hinter uns. Was hat es gebracht? Nun, in dieser Ausgabe unseres Newsletters »communicatio« berichten wir über einige Neuerungen bei uns und natürlich auch über aktuelle Projekte - angefangen im Web über eine Messe in Düsseldorf bis hin zu der neuen Ausgabe der kompakt, dem Kundenmagazin von Meypack. Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Frederik Bernard

P.S.: Sollten Sie keine Zusendung des Newsletters mehr wünschen, schreiben Sie einfach eine E-Mail an:

[fb@fbkb.com](mailto:fb@fbkb.com).



**PRODUKTE UND LEISTUNGEN**

## DIE MARKENFIBEL – GENCODE DES UNTERNEHMENS?

Eine Marke verpflichtet zur Einhaltung bestimmter Regeln und Formalia. Eine Markenfibel hilft, diese Regeln einfach und übersichtlich zu vermitteln.

Eine starke Marke ist das zentrale Fundament eines Unternehmens, um seine Leistungen und seine Identität am Markt zu positionieren. Ein Fundament, auf dem sich das Unternehmen immer neu erfinden, weiter entwickeln und expandieren kann. Ein Fundament, das als Markenkern verstanden werden kann. Aber: Eine Marke verpflichtet auch. Der Markenanspruch kann nur extern wie intern gelebt und damit akzeptiert, gewollt, präferiert werden, wenn einige Leitlinien eingehalten werden. Diese Leitlinien beinhalten nicht nur formale Aspekte wie Schreibweisen oder Platzierung des Unternehmenslogos, sondern darüber hinaus auch Hinweise zu dem Verhalten und die Kommunikation mit Kunden, Dienstleistern, Lieferanten und den eigenen Kollegen. Erst das Einhalten, ja das Leben der Markenregeln macht die Marke lebendig und erfolgreich und unterstreicht die Kultur im Unternehmen. Eine Kultur, die den Markenanspruch widerspiegelt.

Eine Markenfibel kann dazu beitragen, diese Regeln in komprimierter Form den Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen. Inhalte können z.B. die Markenpositionierung sein (Für was steht unsere Marke? Womit differenzieren wir uns und in welchem Wertekontext stehen wir?), die Beschreibung des Logos (und der Einsatzge- und verbote), die Typografie, die Farbdefinitionen, der Briefaufbau, die Beschreibung der Powerpoint sowie diverse Hinweise zur Kommunikation, zur Dienstkleidung und zu Ansprechpartnern für Einzelfragen. Eine solche Markenfibel hat FBKB für FAC'T, den Spezialisten im Facility Management für das Gesundheitswesen, realisiert. Bei Interesse: [fb@fbkb.com](mailto:fb@fbkb.com) ■

**ARBEIT**

### INTERPACK 2011



Für Meypack konzipierten wir den Messeauftritt und übernahmen die gesamte Messekommunikation sowie das Einladungsmanagement. Highlight auf dem 200qm Stand: Videos und Photos sowie technische Informationen wurden auf Apple™ iPads™ interaktiv präsentiert. Ergebnis: Kunden waren begeistert – Wiederholung zur Brau. ■

**ARBEIT**

### KOMPACT NEXT GENERATION

Neue Rubriken, neue Inhalte, neues Design – die kompact 1/2011 erscheint in neuem Look und mit noch mehr Informationen auf insgesamt 36 Seiten. FBKB zeigte sich für die Konzeption, Gestaltung, die Redaktion und auch die redaktionelle Abwicklung des zweisprachigen Magazines verantwortlich.

Mehr zum Magazin auf der neuen Meypack Website: [www.meypack.de](http://www.meypack.de) ■

**ARBEIT**

### INS NETZ GEGANGEN

Zur interpack 2011 präsentiert Meypack eine völlig neue Website. Unter [www.meypack.de](http://www.meypack.de) haben Kunden aus aller Welt Zugriff auf die aktuellen Maschinenserien, Serviceleistungen und Neuigkeiten aus dem Unternehmen Meypack. FBKB übernahm die Konzeption, Gestaltung und technische Realisation. ■



**IMPRESSUM**

FBKB – Agentur für Kommunikation  
 Linus-Pauling-Weg 8 · D-48155 Münster  
 Telefon: +49(0)251.981199-0 · Telefax: +49(0)251.981199-10  
 E-Mail: [post@fbkb.com](mailto:post@fbkb.com) · Web: [www.fbkb.com](http://www.fbkb.com)  
 UST-ID-NR.: DE813790309  
 Verantwortlich für die Inhalte (v.i.S.d.P.): Frederik Bernard