

## CASE STUDY

### Großer Auftritt auf Bread&Butter 2016:

#### Riesige Multi-Touch Videowand von MMT mit eyevis Steglos-Displays als Zentrum des Messestands von Tommy Hilfiger

**September 2016, Berlin:** Aufsehenerregend, so lässt sich der Messeauftritt von Tommy Hilfiger auf der „Bread & Butter by Zalando“ am besten charakterisieren. Der neue Mode-Event des Online-Versandhändlers Zalando trat erfolgreich die Nachfolge der Modemesse in Berlin an und öffnete sich dabei für die Endkunden. Tommy Hilfiger nutzte diese Gelegenheit, um auf seinem 170 Quadratmeter großen Messestand eine interaktive Modenschau auf einer 200" großen Videowand bestehend aus eyevis Steglos-Displays zu zeigen. Sowohl der Inhalt, die neue Sonderkollektion von Gigi Hadid, als auch die Darstellungsform auf der Videowand mit Multitouch-Rahmen von MMT und direkter Verlinkung zum Online-Shop, erzeugten ein riesiges Interesse. Die Videowand stand dabei im Zentrum des durch und durch auf großflächigen Videodisplays basierenden Messeauftritts. Das Gesamtkonzept des Messestands einschließlich der Präsentation auf der großen Videowand stammt von der Agentur Liganova.



Die riesige Videowand mit Touch-Funktionalität basiert auf einem Konzept des Multi-Touch-Spezialisten MMT mit Sitz im sachsen-anhaltischen Raguhn. Das Endprodukt ist eine mobile, modulare Touch-Videowand, die sich einfach auf- und abbauen lässt und sich als freistehende Lösung elegant in verschiedenste Messe- und Eventumgebungen integrieren lässt. Der mobile und temporäre Einsatz der Wand stellt naturgemäß hohe Anforderungen an die verwendeten Komponenten, die von der stabilen Konstruktion von MMT, deren Touch-System und den robust gebauten eyevis-

Displays problemlos gemeistert werden. Die von Hilfiger verwendete Wand verfügt über eine Bildfläche aus zwölf eyevis Steglos-LCD-Monitoren des Typs EYE-LCD-5500-XSN-LD-FX-700 mit jeweils 55-Zoll Bildschirmdiagonale. In der 4 x 3 Anordnung ergibt sich dadurch eine Bildfläche von etwa 207 Zoll (ca. 527 cm) Diagonale, die nur durch etwa 3,5 mm breite Stege zwischen den einzelnen Displays unterbrochen wird. Mit einer Gesamtauflösung von 7680 x 3240 Pixeln steht dem Fashionlabel damit eine riesige Bildfläche zur Verfügung, die auch die Darstellung hochauflöser Fotos und Videos erlaubt. Die Leuchtdichte der Displays mit jeweils 700 cd/m<sup>2</sup> sorgt dafür, dass die Inhalte auch in heller Umgebung stets ihre Wirkung entfalten. Das von MMT integrierte Touch-System erkennt bis zu 40 gleichzeitige Touch-Aktionen und erlaubt so, dass mehrere Kunden gleichzeitig an unterschiedlichen Stellen mit den Inhalten der Wand in Interaktion treten, d.h. Informationspunkte antippen, Modelle auswählen und schließlich über einen QR-Code direkt in den Online-Shop geleitet werden.

„Mit diesem spektakulären Messeauftritt konnten unsere hochwertigen Displays zeigen, was in ihnen steckt. Der Farbgleich zwischen den einzelnen Displays war perfekt, so dass die Wand als homogene Fläche wahrgenommen wurde. Die große Helligkeit sorgte für eine leichte, luftige Atmosphäre auf dem Stand“, kommentiert Michael Reichart, der bei eyevis das Projekt betreute, die technischen Vorteile der eyevis Displays. „Und natürlich waren der gesamte Aufbau so robust, dass er die drei Tage mit engstem Endkundenkontakt schadlos überstanden hat!“

#### INSTALLIERTE PRODUKTE

12x EYE-LCD-5500-XSN-LD-FX-700

