



CASE STUDY

Besseres Besuchererlebnis mit LinkRay-Technologie

Petersen Automotive Museum verbessert Besuchererlebnis mit neuer LinkRay-Technologie von Panasonic.

Product(s) supplied:

PT-DZ870

PT-DZ780

Herausforderung

Neue Zielgruppen durch Verbesserung des Besuchererlebnisses erreichen.

Lösung

Die LinkRay-Technologie von Panasonic hat sich als eine innovative und kosteneffiziente Option für das Petersen Automotive Museum herausgestellt.

"„Tiefer in die Ausstellung eintauchen, mehr erfahren, Dinge sehen können und interagieren. Das eröffnet uns ganz neue Möglichkeiten.“"

Adam Langsbard

Chief Marketing Officer

Petersen Automotive Museum



Das Petersen Automotive Museum in der Museum Row, dem Museumsbezirk von Los Angeles, wurde 1994 vom Zeitschriftenverleger Robert E. Petersen und seiner Frau Margie gegründet. Das Museum ist eine gemeinnützige Organisation, welche sich auf die Geschichte des Automobils und damit zusammenhängende Bildungsprogramme spezialisiert hat. Durch das Mitgliedschaftsprogramm, das uneingeschränkten Zugang zum Museum bietet, können sie Ihre stets wachsende Sammlung an Autos erhalten, inszenieren und weiter ausbauen.

Das Petersen Automotive Museum wurde für 125 Millionen US-Dollar einer umfassenden Renovierung unterzogen und im Dezember 2015 neu eröffnet. Es verfügt nun über eine zusätzliche Fläche von knapp 28.000 Quadratmetern, die durch Partnerschaften mit bekannten Marken wie Maserati, Ford und Lucas Oil mit spektakulären Exponaten und Ausstellungen ausgefüllt werden.

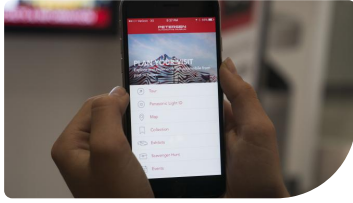
„Wir waren auf der Suche nach Möglichkeiten, unseren Besuchern noch mehr zu bieten.“

Das Museum sah sich der Herausforderung gestellt, neue Zielgruppen von begeisterten Museumsbesuchern zu erreichen. Dies ermutigte die Museumsleitung dazu, neue, innovative Wege zu beschreiten, um das Besuchererlebnis zu verbessern. Das Ziel - die Besucherzahlen zu steigern und gleichzeitig ein neues Publikum zu erreichen.

Nach der umfangreichen Renovierung verfügt das Museum über eine auffallende neue Außenverkleidung aus Stahlbändern, die Bewegung und Geschwindigkeit vermittelt und an die Konturen eines Custom Cars erinnert. Mit den zusätzlichen knapp 1.400 Quadratmetern an Displayfläche und 35 neuen Galerien kann das Museum hochmoderne Technologie nutzen.

„Das Museum war der ideale Partner für die Einführung von LinkRay™, da dort bereits unsere Projektoren und Displays eingesetzt wurden.“

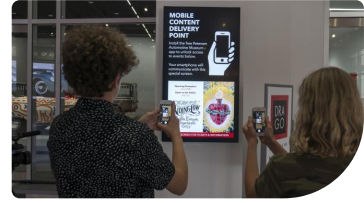
„Wir waren auf der Suche nach Möglichkeiten unseren Besuchern noch mehr zu bieten“, sagt Adam Langsbard, Marketingleiter des Petersen Automotive Museum. „Wir wendeten uns an unseren bereits bestehenden Technologiepartner Panasonic, damit das Unternehmen uns dabei hilft, das breite Publikum besser zu erreichen – besonders die Millennials. Ihre neue LinkRay-Technologie war eine aufregende Option, da sie innovativ und kosteneffizient ist. Zudem hatten wir die Chance, das erste Museum in den USA zu werden, das diese Technologie nutzt. Natürlich ergriffen wir die Gelegenheit sofort.“



LinkRay ist in die App des Petersen Automotive Museum integriert



Zwei Jugendliche zeigen wie die mobile App mit LinkRay verwendet wird



Inhalte werden durch die Displays an die Handy-App übertragen



Mit Hilfe von LinkRay™ kann die Smartphone-Kamera IDs lesen, die vom Licht der LED-Transmitter übertragen werden. So lassen sich die entsprechenden Webinhalte aufrufen. Die gesendeten Informationen sind webbasiert. Es kann sich um Bilder, Audio- oder Videodateien handeln. Der Content kann auch automatisch in der Sprache des Smartphone-Nutzers angezeigt werden.

„Das Petersen Automotive Museum ist eine prestigeträchtige Institution mit seltenen Fahrzeugen, die in einer High-Tech-Umgebung ausgestellt werden“, so John Baisley, Professional Imaging & Visual Systems SVP von Panasonic. „Das Museum war der ideale Partner für die Einführung von LinkRay™, da dort bereits unsere Projektoren und Displays eingesetzt wurden. Sie können den Besuchern nun ein einzigartiges, interaktives Erlebnis mit informativen Optionen bieten, die weit über die Exponate hinausgehen.“

Panasonic ist bereits ein etablierter Technologiepartner des Petersen Automotive Museum. Da bereits interaktive Displays sowie Projektoren und Videowalls von Panasonic installiert sind, war es ein logischer Schritt, unsere innovativen Technologien zu integrieren.

John Baisley sagt weiter: „In den neuen themenbasierten Stockwerken, die sich über knapp 9.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche erstrecken, nutzt das Museum die auffälligsten Vertreter der Technologie von Panasonic: die Projektoren für das Image Stitching. Das Petersen Automotive Museum verfügt auch über eine beeindruckende Projektionswand mit einer Länge von über 50 Metern, bei der 16 Projektoren zum Einsatz kommen. Unsere Technologie ermöglicht es, außergewöhnliche Geschichten zu erzählen, und dabei das gewünschte Publikum zu erreichen.“

Die Schönheit der Automatisierung wird durch die Möglichkeit bereichert, über mobile Inhalte, die in Lichtgeschwindigkeit übertragen werden, mit den Ausstellungsstücken zu interagieren. Das Museum zieht mit seiner Liebe für neue Technologien Besucher aus allen Altersgruppen an und vermittelt über die ganze Ausstellung hinweg ein hautnahes Erlebnis. Nicht nur eine Zielgruppe, sondern ganze Familien können tiefer in die Ausstellungen eintauchen. Die Installation der LinkRay-Technologie erfolgte während einer Testphase. Das Ziel war, ein breiteres Publikumsspektrum anzusprechen. So erhielt das Museum ein neues Asset, das sie leicht integrieren und zum Vorteil des Museumsbesuchers noch weiter ausbauen können.

„Die LinkRay-Technologie war eine aufregende Option, da sie innovativ und kosteneffizient ist. Sie eröffnet ganz neue Möglichkeiten.“

Die LinkRay™-Technologie ist in die kostenlose Petersen Automotive Museum App integriert und ermöglicht so den Zugang zu verschiedenen Optionen, wie dem Ticketkauf oder zukünftige Angebote für Ausstellungen. So können viele Menschen gleichzeitig mehr über ein Ausstellungsstück oder eine Ausstellung erfahren, indem sie ihre Smartphones interaktiv einsetzen – das ist etwas, das bei statischen Displays nicht möglich ist.

„Wenn wir dem Besucher ein Smartphone in die Hand geben und sagen könnten: „Wie wäre es, wenn Sie tiefer in die Ausstellung eintauchen, mehr erfahren und mit den Exponaten interagieren könnten?“ „Das würde uns ganz neue Möglichkeiten eröffnen und klingt nach einem vielversprechenden Konzept“, so Adam Langsbard, Marketingleiter des Petersen Automotive Museum.