

Augmented Reality – Interaktivität in Echtzeit

Köln, 10. August 2010. Augmented Reality ist das neue Schlagwort in der Marketingbranche. Die Kombination von virtuellen und realen Objekten ermöglicht die Interaktion mit der Zielgruppe in Echtzeit. Daher versprechen diese Anwendungen hochwertige Werbekontakte und hohe Reichweiten. Die Verbindung der realen mit der virtuellen Welt ist also nicht mehr bloße Zukunftsmusik sondern schon tatsächliche Realität.

Die Einsatzgebiete bisheriger Augmented Reality Anwendungen beschränkten sich meist auf den industriellen Bereich in dem so Konstruktionen oder Planungen anschaulich dargestellt werden konnten. Für das Marketing bedeutet der Einsatz von Augmented Reality eine enorme Erhöhung der Reichweiten sowie eine vollständige Nutzung der Potentiale insbesondere am POS. Durch den hohen Spielcharakter kann die Werbebotschaft gezielt und unterschwellig positioniert werden und die Marke zu einem erlebbaren Objekt machen.

Bereits erfolgreich eingesetzt wurde ein Augmented Reality Projekt von der Kölner Firma Newroom Media GmbH. Für den Sportbekleidungshersteller O`Neill wurde eine interaktive Schaufensteranwendung in vier SportScheck Filialen in Köln, Hamburg, Leipzig und München installiert. Die Installation bestand aus einem Public Display sowie einem Marker, der als Controller diente. Der Content der Anwendung bestand aus einem Spiel, bei dem auf Zeit versucht werden musste, einen Surfer so lange wie möglich mit seinem Surfbrett auf einer Welle reiten zu lassen. Damit wurde der Inhalt an das bestehende Online-Gewinnspiel von O`Neill angepasst, welches ebenfalls zum Ziel hatte den Surfer so lange wie möglich auf der Welle reiten zu lassen.

Dabei sind diese Anwendungen nicht nur auf den POS beschränkt. Sie können ebenso für Promotionaktionen eingesetzt werden. Durch die hohe Erlebbarkeit der Marke eignen sich diese Augmented Reality Anwendungen insbesondere für die Branding Kampagnen. Dabei sollten sie immer im Rahmen eines durchdachten Marketingkonzeptes genutzt werden, da die Abstimmung der restlichen Maßnahmen wesentlicher Erfolgsfaktor ist.

Gleichzeitig können diese interaktiven Anwendungen mit Bluetoothsender oder Soundsystem erweitert werden, um die Werbewirkung nachhaltig zu verstärken. So können mit Hilfe der Bluetoothsender Informationen aber auch Handygames und Gutscheine übertragen werden. Gleichzeitig können durch Promoter Werbemittel verteilt werden, die einen großen Mehrwert für den Kunden darstellen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.LA-CONCEPT.de und auf dem Blog. Lassen Sie sich inspirieren und schauen Sie sich den erfolgreichen Einsatz bei O`Neill an.

2.302 ZEICHEN / ABDRUCK HONORARFREI

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

LA CONCEPT GmbH & Co. KG

Julia Junkersdorf

Robert-Perthel-Straße 4-6

50739 Köln

Tel.: +49 (0) 221 650 327 32

Fax: +49 (0) 221 650 327 27