

## Marketing Trend: Augmented Reality in der Werbung

Augmented Reality als die erweiterte Realität ist eines der aktuellen Trendthemen nicht nur in der Werbung, sondern branchenübergreifend in unterschiedlichsten Bereichen. Ob Architektur, Medizin, Navigation oder Marketing, die Deutsche Bank Research ist überzeugt, dass Augmented Reality eine grossartige Zukunft bevorsteht. Laut der Studie steigt der Weltmarkt der Technologie von 500 Millionen Euro auf 7,5 Milliarden Euro. Für die Schweiz sind hochspezialisierte Anwendungen die grösste Chance, zum Beispiel der Einsatz von Augmented Reality als visuelle Unterstützung im Marketing.

**Veröffentlichung:** 25. Mai 2016 auf [www.marketing.ch](http://www.marketing.ch)

**Text:** Marco Krahrmer

### Was ist Augmented Reality?

Augmented Reality, die erweiterte Realität, erweckt Dinge zum Leben, erweitert Sinneswahrnehmungen und eröffnet so eine grössere, spannendere Welt für Ihre Werbezielgruppen. Dies ist möglich, indem die reale Umgebung des Rezipienten durch digitale Informationen angereichert wird. Dabei ist die Augmented Reality Technologie ein Nachfolger des QR-Codes, denn auch hier wird die virtuelle Welt durch einen scannbaren Marker geöffnet. Indem das Logo oder der Slogan des Unternehmens mit einer AR-App gescannt wird, können Ihre Kunden Videos oder Bilder ansehen, werden auf einen ausgewählten Link geführt oder haben die Möglichkeit eine private Datei runterzuladen. Die spannendste Verknüpfung der Augmented Reality ist jedoch die 3D-Animation. So können Markenmaskottchen zum Leben

erweckt werden und mit Kunden, Mitarbeitern oder Geschäftsfreunden in Aktion treten.

### Nutzen von Augmented Reality für Unternehmen

Ob Live Demos von komplexen Produkten, lebendige Spiele für junge Kundengruppen oder ein Markenerlebnis bei der Markteinführung, Augmented Reality kann auf ganz unterschiedlichen Wegen eine Verbindung zwischen Ihrem Unternehmen und einer ausgewählten Zielgruppe schaffen. Über den Einsatz dieser Technologie schaffen Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil dank einer der innovativsten Werbeformen. Dabei ist Augmented Reality keine kurzlebige Bewegung, sondern ein Trend der uns laut der Agentur ZenithOptimedia auch noch in 20 Jahren begleitet. Der Grund dafür sind vor allem die Storytelling-Optionen, die diese Technologie eröffnet. Die hinterlegten Informationen können

tagesaktuell angepasst werden und so je nach Kampagnen, Event oder Werbeaktion verändert werden. So erschaffen Sie Werbung mit WOW-Effekt.

### **Einsatzmöglichkeiten von Augmented Reality**

Die Anfänge von Augmented Reality gehen bereits auf die Erfindungen von Ivan Sutherland im Jahr 1966 zurück. Der grosse Durchbruch der Technologie liess allerdings auf sich warten. 2000 gab es erste Gaming-Angebote mit AR-Verknüpfungen. Doch erst jetzt schafft es Augmented Reality zur branchenübergreifenden Anerkennung. Grosse Konzerne begannen vor zwei, drei Jahren mit ersten Versuchen rund um Augmented Reality. So entwickelte Google die Google Glasses, eine Brille, auf deren Gläsern mittels AR Informationen zur Umgebung des Brillenträgers projiziert. Ikea nutze hingegen die AR-Technologie, um den jährlichen Katalog mit Live-Projektionen der dargestellten Möbel in die vier Wände der Kunden zu ermöglichen. Doch Augmented Reality muss nicht mit grossem

Aufwand verbunden sein. Sie können den Trend auch mit bereits bestehenden Werbemassnahmen kombinieren. So zum Beispiel über Werbeartikel. Sie sind ohnehin mit dem Firmenlogo oder Slogan individualisiert und tragen somit den Marker als Schlüssel zu einer digitalen Markenwelt. So ist die Umsetzung von AR nicht nur leicht sondern auch preiswert für Sie.

### **Werbeartikel und Augmented Reality**

In Zeiten der Reizüberflutung ist Werbung für viele Kunden störend. Briefkastenflyer und TV-Spots werden vermieden und viele Marketingaktivitäten haben eher negative Auswirkungen für das werbende Unternehmen. Anders ist es mit Werbeartikeln. Sie sind aufgrund ihres hohen Nutzwertes und ihrer Ästhetik sehr beliebt. Kombiniert man die haptischen Werbeartikel mit der modernen Augmented Reality-Technologie werden Bekanntheit, Erinnerungswerte und Sympathie für das werbende Unternehmen gesteigert.

### **Über den Autor**

Marco Kraher ist CMO bei allbranded - einem Werbeartikel Spezialisten mit Sitz in Hamburg - und verantwortet dort die Marketingaktivitäten sowie den Pressebereich. Als Digital Experte hat er in den zurückliegenden knapp 20 Jahren zahlreiche Startups und E-Commerce Abteilungen in mittelständischen und großen Unternehmen erfolgreich aufgebaut und weiterentwickelt.

[www.allbranded.ch](http://www.allbranded.ch)

# Augmented Reality



... wenn Werbung aus dem Rahmen fällt



**Was ist Augmented Reality?**  
Augmented Reality erweckt Dinge zum Leben! Sie erweitert die Realität und unsere Sinneswahrnehmungen mit virtuellen Aspekten – für eine größere, spannendere und faszinierendere Welt.

## So funktioniert's



**1.**  
Werbeartikel mit Logo / Slogan versehen



**2.**  
Werbeanbringung mit digitalen Informationen hinterlegt



**3.**  
App sensor kostenlos downloaden, Logo mit Smartphone scannen



**4.**  
3D-Abenteuer starten!

## Markenwelten kreieren

Logos erwecken haptische Werbeartikel zum Leben



## Warum wirkt AR?



Längere Zeit der Betrachtung (Brand Impressions)



Interaktionsmöglichkeiten mit jeder Werbung



Inhalte tagesaktuell anpassbar



Emotionale Verbindung mit Werbeartikel und animierten Erlebnis



Innovation auf dem Werbeartikelmarkt



höherer Erinnerungswert

## Einsatzbereiche



Live Demos für erklärungsbedürftige Produkte



3D-basierte Service-Anwendungen



Direkt am POS zur Verkaufsförderung



Interaktion mit Anwender durch Online Spiele



Markenerlebnis bei Produkteinführungen

## Benefits

für Marken & Unternehmen



Wettbewerbsvorteil durch innovative Werbeform



Dauerhafte Marken- und Produkterinnerung



Steigende Recallrate



Wachsender Bekanntheitsgrad



Einfache Vermittlung von Zusatzinformation



Einfache Storytelling-Option



Beschleunigte Kaufentscheidung



Erschließung neuer Zielgruppen



Werbekampagne mit WOW Effekt



hohe Interaktivität mit der Zielgruppe

