

Presse-Information

Augmented Reality kommt an

Mit der erweiterten Realität wird die Innenstadt zur Erlebniswelt!

Augmented Reality (kurz: AR) ist derzeit in aller Munde. Nicht nur im Handel, sondern vor allem auch auf der Kundenseite stößt die AR-Technologie auf großen Zuspruch. Doch was macht Augmented Reality so besonders? Ist es die Tatsache, dass mit AR der Besuch einer Innenstadt oder eines Geschäfts viel interessanter wird? Oder ist es die Vielseitigkeit der zahlreichen Einsatzmöglichkeiten? Fakt ist, dass jeder Händler und jede Stadt über eine sinnvolle AR-Strategie nachdenken sollte.

Kunden wählen oft den Weg der Bequemlichkeit und kaufen ihre Produkte online. Die Folge sind sinkende Besucherzahlen und zunehmende Leerstände in den Innenstädten. Die urbane Attraktivität geht dadurch immer mehr verloren und es scheint wie eine Abwärtsspirale, in der sich der stationäre Handel befindet. Um dem entgegen zu wirken, muss man dafür sorgen die Bürger und Besucher für den Besuch einer Stadt zu begeistern – eine Erlebniswelt muss geschaffen werden. Der Einsatz von Augmented Reality ist ein geeignetes Mittel um Erlebnisse zu schaffen, die weit über die Bereitstellung und den Verkauf von Waren hinausgehen. Und dafür bedarf es nicht einmal kostspielige Umrüstungen in den Läden. Denn das Gerät, um AR-Inhalte nutzen zu können, hat doch jeder in der Hand- oder Hosentasche immer dabei. Zudem kann sich der Handel sicher sein, dass dieses Gerät auch genutzt wird. Ein durchschnittlicher Smartphone-Nutzer hat seinen mobilen Begleiter 145 Minuten in der Hand (Besitzer von Top-Smartphones sogar 225 Minuten) – und das jeden Tag (Quelle: Studie des Marktforschungsinstituts dscout)!

Bereits heute bietet die erweiterte Darstellung der Realität dem stationären Einzelhandel spannende Einsatzmöglichkeiten. Insbesondere für Produkte, die im Handel nicht ausreichend präsentiert werden können, wie z.B. Consumer Electronics oder Lebensmittel, hat der Einsatz von Augmented Reality einen echten Mehrwert. Im Bereich Consumer Electronics können die erweiterten Informationen beispielsweise die technischen Spezifikationen für ein TV-Gerät oder die Käuferbewertungen anderer Kunden sein. Bei Lebensmitteln bieten sich dagegen Angaben zu Herkunft, Inhaltsstoffen oder ganze Rezeptvorschläge an (Quelle: zukunfdeiseinkaufens.de).

Dem stationären Einzelhandel werden somit zahlreiche Einsatzmöglichkeiten geboten. Besonders attraktiv ist für den Handel auch die Möglichkeit, die Geschäftsöffnungszeiten zu „verlängern“. Mit Hilfe von Augmented Reality kann sich der Kunde z.B. die Angebote von Morgen direkt im Schaufenster anzeigen lassen. Mit etwas Glück erspielt er sich beim daraufhin startenden Mini-Game zudem noch einen Rabatt-Coupon oder kann durch das Aufrufen der AR-Inhalte sein Punktekonto aufbessern. Verknüpfungen zu Loyalty-Konzepten und „Schnitzeljagden“ sind also ebenfalls denkbar. Doch nicht nur im Handel, sondern auch im touristischen Sektor können erweiterte Informationen zu Sehenswürdigkeiten oder berühmten Persönlichkeiten zur Begeisterung der Bürger und Besucher beitragen.

Wie bereits angedeutet, kann mit Hilfe von Technologien vieles realisiert werden. Im Fall von Augmented Reality sorgen technische Hilfsmittel dafür, dass die präsentierten, realen Produkte mit nützlichen Zusatzinformationen visuell angereichert werden. Somit können Produktdetails,

Ausstattungsmerkmale, Audio- oder Videosequenzen und weitere Gimmicks direkt im Kundensichtfeld eingeblendet werden.

Doch Technik allein reicht nicht! Wir von der 1eEurope Deutschland GmbH haben erkannt, dass es nicht allein darum geht technische Innovationen einzusetzen. Nur die Einbindung in ein ganzheitliches, gut durchdachtes Konzept kann den gewünschten nachhaltigen Erfolg sicherstellen. In zahlreichen Projekten sind wir daher als Berater und Partner vertreten und bringen in Arbeitskreisen zusammen mit Fachleuten aus dem Citymanagement, dem Einzelhandel, Verlagen und Universitäten unsere Erfahrungswerte mit ein.

Augmented Reality hat einiges zu bieten. Für viele Händler sind derartige Technologien jedoch noch meilenweit entfernt. Aber die Geschwindigkeit und das Potenzial, mit der diese Technologien die Einkaufsgewohnheiten der Menschen verändern, sollten vom stationären Einzelhandel nicht unterschätzt werden.

www.1eeurope.de



Abb.: Nützliche Zusatzinformationen direkt im Kundensichtfeld (Quelle: Shutterstock)

Anzahl Wörter: 571; Anzahl Zeichen inkl. Leerzeichen: 4.287

Kontakt

Hannes Becker (Marketingleiter)
1eEurope Deutschland GmbH
Max-Eyth-Str. 38
71088 Holzgerlingen
Telefon: +49 (0)7031 46 17 341
hannes.becker@1eEurope.de

