

# °Augmented Reality

Fünf wertvolle Praxistipps für Marketer

# So nutzen Sie Augmented Reality, ohne Geld zu verbrennen

Fünf wertvolle Praxistipps für Marketer

**Augmented Reality ist Zukunftsmusik? Ganz und gar nicht. Bei Sportübertragungen, in modernen Autos und bei Schulungen kommt AR, so die Kurzform zum Einsatz. Im Marketing tat man sich lange schwer, sinnvolle Verwendung zu finden. Das hat sich geändert: Heute kann der Nutzer Möbel in die eigenen vier Wände projizieren, sich an fremde Orte teleportieren – oder Böden virtuell verlegen und anschließend kaufen. Aber Vorsicht: Mit nichts lässt sich schöner wertvolles Budget verbrennen als mit neuen Technologien. Diese fünf Praxistipps helfen, damit AR-Projekte zum Erfolg werden.**

## **Von Simon Stark**

*Der Marketingspezialist und Agenturleiter bei mgo360 beschäftigt sich seit über sechs Jahren mit Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR). Mit seinem Team hat er bereits über 40 AR-Apps entwickelt.*

### **1. Chancen statt Probleme sehen**

Wer lädt schon eine App herunter, um sich ein Video in einer Broschüre anzusehen? Und ist die Technologie überhaupt schon ausgereift? Das sind die kritischen Fragen, die immer wieder im Zusammenhang mit AR gestellt werden. Natürlich ist Vorsicht legitim, wenn es um kostbare Werbebudgets geht. Aber die Lust auf neue Wege sollte zunächst größer sein als die Skepsis vor dem Unbekannten. Augmented Reality ist längst von Science-Fiction-Filmen in die Realität gesprungen und wird schon öfter in der Praxis verwendet, als die meisten denken. Und das sehr erfolgreich. Also: Warum sollte jemand leichtfertig die Chance vergeben, seine Kunden nachhaltig zu faszinieren? Und Hand aufs Herz: Das ist heutzutage gar nicht mehr so einfach!

### **2. Klein anfangen und dann skalieren**

Denken und handeln Sie nach dem Minimax-Prinzip. Es muss nicht gleich der virtuelle 3D-Produktkonfigurator für eine sechs-

stellige Summe sein. Das Risiko, dass dieser von den Nutzern nicht angenommen wird, ist real. Genauso wie der Ärger der Geschäftsführung, wenn der ROI nicht passt. Denken Sie groß, handeln Sie zunächst aber klein. Testen Sie AR im kleinen Umfang an Ihrer Zielgruppe. Reichern Sie ein Printprodukt mit erweiterten, digitalen Inhalten an. Lassen Sie auf einer Broschürenseite wie von Zauberhand Videos ablaufen (der Vergleich zur Zeitung „Tagesprophet“ bei Harry Potter ist naheliegend und wird von Nutzern gerne herangezogen). Oder machen Sie aus Ihrem Printkatalog einen Online-Shop, indem unter den Produkten virtuell „Jetzt Kaufen“-Buttons erscheinen (was vor allem in Asien schon hervorragend praktiziert wird. Ihre Erfahrungskurve wird dank des Tests enorm sein. Und Sie lernen Ihre Zielgruppe noch ein wenig besser kennen.

### **3. Mehrwerte schaffen**

Wann lädt sich ein Kunde denn jetzt eigentlich eine App herunter? Die Antwort ist simpel und gleichzeitig komplex: Er beißt dann an, wenn die Anwendung einen Mehrwert bietet. Wie zum Beispiel eine Banking-App, die Abnehm-App oder die Social-Media-App. Ganz wichtig: Machen Sie sich nichts vor. Wegen eines einfachen Imagevideos oder einer hölzernen Ansprache des Geschäftsführers wird niemand den Speicher seines Handys belasten. Wie wäre es aber mit bebilderten Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Gutscheinen oder weiterem exklusiven Content,

## °Neues Marketing

den man nur in der App und über AR erhält? Wird die App erst einmal heruntergeladen, ist übrigens ein zweites Ziel erreicht: Nun hat man es vermeintlich längerfristig in das virtuelle Zuhause des Kunden, das Smartphone, geschafft. Der Weg zu einer andauernden und nachhaltigen Kommunikation ist bereitet. Glückwunsch!

### 4. Schnell sein lohnt sich

Augmented Reality ist noch recht neu, aber doch schon einige Jahre alt. Die Welt der hohen Technisierung und des schnellen Wandels erlaubt uns keine langwierigen Analysen, ob eine Technologie wie AR eine gute Ergänzung im Marketing-Mix ist. „Start before you're ready“ ist hier ein passendes Handlungsmotto. Denn eines ist sicher: AR ist so unbekannt, aber schon so ausgereift, dass man genau jetzt die Chance hat, die Zielgruppe zu faszinieren – mit schwebenden 3D-Objekten etwa. Oder Plakatwänden, die sich in riesige virtuelle Videowalls verwandeln. Dieser Wow-Effekt wird schon in wenigen Jahren vorbei sein. Und AR wird sich weiterentwickeln. Wer also jetzt den Zug verpasst, wird kaum mehr aufspringen können. Beginnen Sie also eher heute als morgen, sich mit diesem Thema zu beschäftigen.

### 5. In keine Kostenfalle laufen

Da Augmented Reality als Anwendung für die Öffentlichkeit erst wenige Jahre alt ist, existieren kaum Standards. Das ist ein Problem. Denn will man AR fürs Marketing einsetzen, braucht einen seriösen Anbieter, dem man zu 100 Prozent vertrauen kann. Auf die meisten Unternehmen mit AR-Angebot trifft das freilich zu. Allerdings finden sich auch hier und da Modelle, die für recht einfache Anwendungen hohe Erstinvestitionen aufrufen oder knackige Folgekosten mit langen Vertragslaufzeiten bedeuten. Das muss nicht sein. So gibt es auf dem Markt einige Programme und Tools, mit denen Marketingabteilungen recht kostengünstig und auch eigenständig einfache AR-Anwendungen erstellen können. Dazu zählt unter anderem die von mgo360 entwickelte Unternehmenslösung ARTUZ mit monatlicher Kündigungsoption. Über das einfach zu bedienende System können AR-Anwendungen mit Videos, Audiodateien, Bildergalerien, verlinkten Buttons und 3D-Modellen selbst kreiert und in ein Printobjekt eingebunden werden. Viel einfacher, und kostengünstiger, geht's nicht.

#### Kontakt

Simon Stark, Agenturleiter bei mgo360

☎ 0951 / 188-188

✉ s.stark@mgo360.de

## IHR SCHNELLER WEG ZUR AR-APP ARTUZ!



### App im Store heruntergeladen

Laden Sie sich die kostenlose ARTUZ-App im App-Store (Apple) oder Play-Store (Google) herunter.



### ARTUZ-App öffnen

Öffnen und verwenden Sie die App überall dort, wo das ARTUZ-Logo abgebildet ist.



### Smartphone auf die Seite halten

Halten Sie Ihr Smartphone über die jeweilige Seite mit ARTUZ-Logo und drücken Sie den Scan-Button.



### Mit Inhalten interagieren

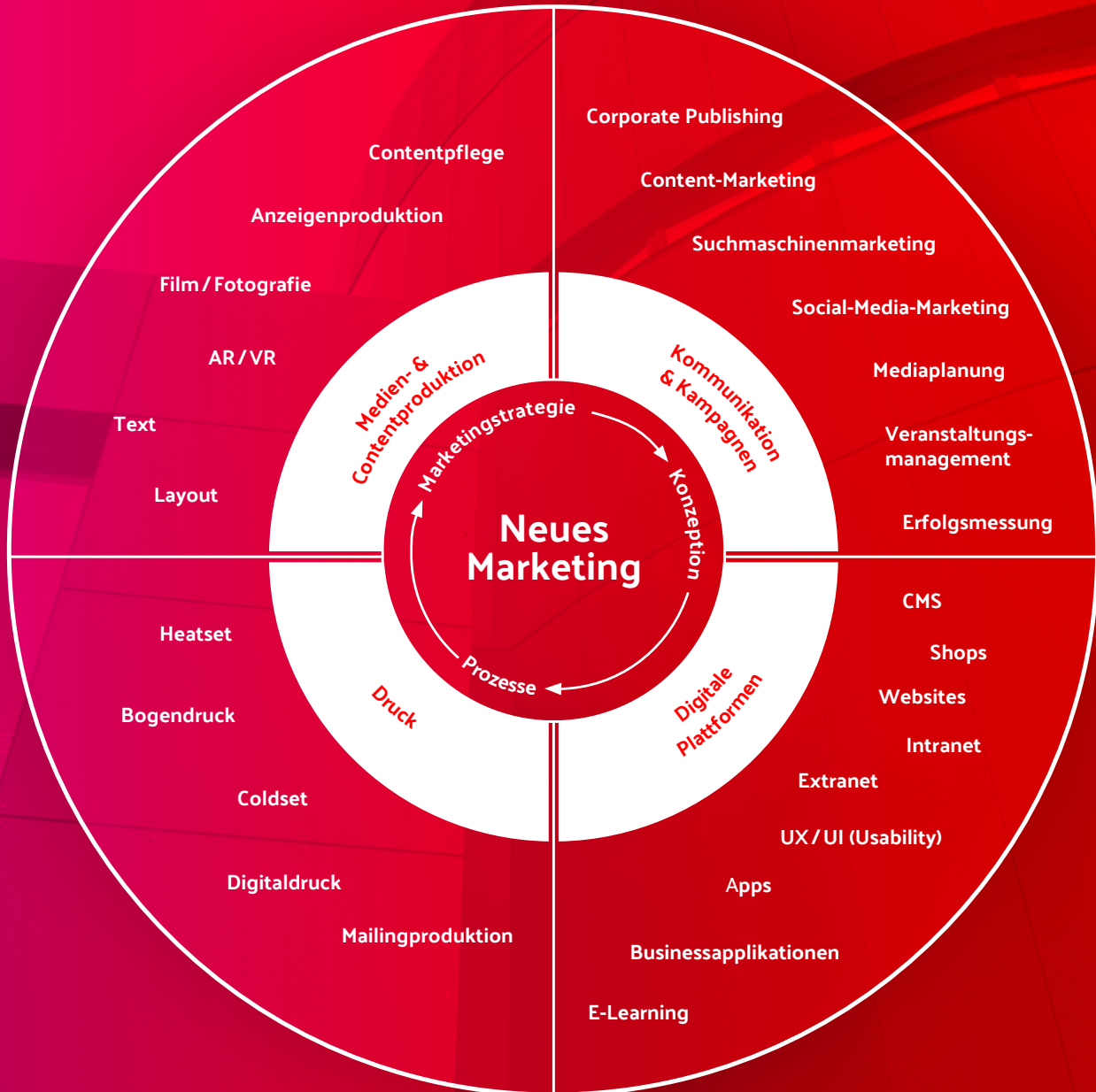
Erleben Sie die endlosen Möglichkeiten, die ARTUZ Ihnen bietet.



BILDSCHIRM  
MIT AR-APP ARTUZ  
SCANNEN &  
VIDEO ANSEHEN



# Unser Angebot



Das Angebotsspektrum von mgo360 basiert auf bewährten Marketingmaßnahmen und Werbekanälen – angereichert mit neuen Technologien. So entsteht eine umfassende Betreuung auf Grundlage individueller Strategien und Konzepte, immer auch mit Blick auf effiziente Marketingprozesse. Die verschiedenen Leistungen greifen perfekt ineinander – und sind trotzdem weiterhin einzeln abrufbar.

°Neues Marketing

mg° 360

# °Neues Marketing

Kommunikation & Kampagnen | Digitale Plattformen | Medien- & Contentproduktion | Druck

[www.mgo360.de](http://www.mgo360.de)