

Von „ARkid“ profitieren alle Seiten: Die Anwendung verhilft zu interaktiven Shopping-Erlebnissen, einem verbesserten Kundensupport und weniger Retouren. © ARkid

Neue Augmented Reality-Plattform

Den Kinderwagen ins Wohnzimmer zaubern

Mit dem Augmented Reality-Projekt „ARkid“ von Stefan Eipeltauer können Hersteller und Händler Kinderprodukte im Raum visualisieren, sodass der Konsument diese auch von zu Hause aus von allen Seiten betrachten kann.

In Zeiten von Corona verbringen Verbraucher mehr Zeit denn je mit dem Online-Schaufensterbummel. Ein Weg, Produkte so darzustellen, dass der Verbraucher sie per Mausklick praktisch „nach Hause holen“ kann, ist Augmented Reality (AR) – die „erweiterte“ Wirklichkeit. Die Technik hat Stefan Eipeltauer, der Geschäftsführer des Medienhauses Fokus Kind Medien aus Baden bei Wien, mit seinem Team speziell für die Babybranche entwickelt – das Projekt des Österreichers nennt sich „ARkid“. Im Interview mit Lioba Hebauer, Pressesprecherin des Bundesverbandes Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e. V. (BDKH), stellt Stefan Eipeltauer „ARkid“ vor – wir präsentieren Ihnen Auszüge aus dem Gespräch.

Glauben Sie, dass AR durch die Corona-Krise auf eine erhöhte Nachfrage stoßen wird?

Stefan Eipeltauer: „Definitiv ja. Die Corona-Krise zeigt uns die Notwendigkeit, ortsungebunden zu denken. Der ‚informierte Shopper‘ – und dazu zählen (werdende) Eltern besonders – wird diese Art der Produktdarstellung bei der Informationssuche vor dem Kauf verstärkt einfordern.“

Wie profitieren Hersteller, Händler und Konsumenten von AR?

Stefan Eipeltauer: „Primär ist AR auf der Produktebene und für Marketingkampagnen interessant. Es erlaubt, die digitale Produktpräsentation mit einer realen Ebene anzureichern – ideal für den Online-Handel. Hier lassen sich beispielsweise die Funktionen eines Kinderwagens animieren und im eigenen Wohnzimmer darstellen. Der stationäre Handel hingegen profitiert davon, die eigene physische Präsenz mit digitalen Inhalten zu erweitern, beispielsweise den nicht lagernden

Kinderwagen in Rot neben vorhandenen Produktmodellen in Blau und Schwarz im Raum zu platzieren.“

Sie bieten mit ARkid eine eigene Plattform, die es der Branche ermöglicht, Augmented Reality einzusetzen. Wie funktioniert das?

Stefan Eipeltauer: „Mit ‚ARkid‘ bieten wir der Babybranche eine Plattform sowie den Service, Augmented Reality für den eigenen Produktkatalog oder das eigene Ladenlokal umzusetzen. Dabei begleiten wir Unternehmen von der Strategie über die Umsetzung bis zur Vermarktung und Analyse ihrer AR-Projekte, zum Beispiel für Online-Shops, Apps oder Messenger-Dienste. Zudem können die in der Produktion von AR-Inhalten entstandenen Modelle kosteneffizient für Produktvideos und -fotos verwendet werden.“

Nach dem Motto: Alle reden darüber, keiner kann's – wie schwierig ist die technische Umsetzung von AR für einen Hersteller oder Händler?

Stefan Eipeltauer: „Wenn man gut beraten ist und auf die richtigen Technologien zurückgreift, ist AR absolut erschwinglich. ‚ARkid‘ wurde beispielsweise speziell für die Anforderungen der Babybranche entwickelt – so lassen sich Projekte aufgrund von Synergien zwischen technischem und branchenspezifischem Know-how innerhalb weniger Wochen umsetzen. Dies bietet Unternehmen gerade jetzt einen starken Vorteil gegenüber Mitbewerbern, die dieser Entwicklung (noch) keine Aufmerksamkeit schenken.“

arkid.app

Fokus Kind Medien-Geschäftsführer Stefan Eipeltauer hat „ARkid“ entwickelt. © Fokus Kind Medien

