

Augmented Reality boomt: MSM.digital verdoppelt Umsatz seiner AR-Unit

Vodafone, Brother und zahlreiche weitere neuen Kunden gewonnen

Hamburg, 6. Mai 2021 – Der Kauf eines Kühlschranks ist geplant? Doch der Laden hat aufgrund hoher Infektions-Inzidenzen mal wieder geschlossen? Kein Problem. Mit Augmented-Reality-Lösungen können Kunden spielend einfach 3-D-Modelle von Produkten wie dem besagten Kühlschrank noch vor dem Kauf bei sich zu Hause ansehen und ausprobieren – ohne dabei ein Geschäft betreten zu müssen. Darüber hinaus kann das Gerät virtuell in der Wohnung einfach dort platziert werden, wo es später stehen soll. So erhält der Kunde einen noch besseren Gesamteindruck und ein Erlebnis, das selbst der reale Besuch im Laden nicht bietet. Dass dies eine effektive Möglichkeit ist, um das Einkaufserlebnis für ihre Kunden noch weiter zu verbessern, haben viele Unternehmen erkannt. In der Folge ist die AR-Division der MSM.digital Gruppe inmitten der Pandemie stärker gewachsen als je zuvor.

Die Experten im MSM.digital AR / VR Lab konzentrieren sich auf die Bereitstellung von hochmodernen erweiterten Realitätserlebnissen mittels Augmented und Virtual Reality. So können Einkaufserlebnisse und Prozesse dahingehend verbessert werden, dass sie nachhaltig zu einer messbaren und skalierbaren Steigerung der relevanten Conversions führen. Das Team der Unit unterstützt seine Kunden und optimiert die gesamte Customer Journey, indem es den Konsumenten ermöglicht, das Produktportfolio der Partner auf revolutionär neue Weise zu erleben. Die AR-/VR-Expertise hilft zudem dabei, die Markenbekanntheit zu steigern – und damit nachhaltig mehr Kundenbindung und Umsatz zu generieren.

MSM.digital hat seinen Umsatz in diesem Bereich in den letzten zwölf mehr als verdoppelt – trotz der durch Corona belasteten Wirtschaftslage. **Sven Weber, Deputy Managing Director der AR / VR Labs von MSM.digital** dazu: „Uns erreichen durch die Pandemie vermehrt Anfragen von Unternehmen, die nun aufgrund des sich wandelnden Einkaufsverhaltens der Menschen die Chancen auf diesem Gebiet erkannt haben. Dies führt aktuell zu einer Anfragenquote, die wir so erst in ein bis zwei Jahren erwartet haben“.

Die Liste der Neukunden zeigt dabei eine enorme Branchenbreite: Von Druckmaschinenhersteller Brother über Bora (Weltmarktführer für integrierte Dunstabzugslösungen) und Luxus-Uhrenhersteller wie Parmigiani, Telekommunikationsunternehmen wie Vodafone oder auch Aquaristik-Marktführer Red Sea Fish. Der Erfolg von AR beschränkt sich dabei jedoch nicht nur auf die Verkaufsförderung: Als exklusiver Partner des Schweizer Pavillons der Weltausstellung 2021 ist die Unit szenografisch für die Augmentierung und digitale Erweiterung der Ausstellungsfläche verantwortlich.

„Unsere AR-Division ist die Unit, die in den letzten zwölf Monaten am schnellsten gewachsen ist. Die Liste unserer Kunden zeigt, dass die Technologie für eine Vielzahl von Branchen relevant ist – sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich“, sagt **Markus Oeller, Managing Director und Co-Founder von MSM.digital**.

Im B2B entsteht durch die Technologie eine perfekte Alternative zu der Präsentation von Produkten auf physisch durchgeführten Messen. Im besonderen Fokus stehen aktuell neben dem großen Thema AR-Commerce auch Produkte wie AR-Link, das zum Beispiel Visualisierungen am POS ermöglicht. Beispiele sind hier die virtuelle Darstellung von Luxus-Armbanduhr (Parmigiani) direkt am Handgelenk eines Kunden oder die Platzierung von voll ausgestatteten Meerwasser-Aquarien inkl. Korallen und Fischen (Red Sea Fish) in einem beliebigen Raum. Außerdem ist MSM.digital nun auch Preferred Platform Partner von Facebooks Spark-AR-Programm. So hat das Unternehmen Zugriff auf noch nicht veröffentlichte AR-Filter und Features, die das AR / VR Lab schon jetzt seinen Kunden anbieten kann.

+++

Über MSM.digital

MSM.digital ist eine inhabergeführte Agenturgruppe für Omni-Channel-Marketing. Sie unterstützt Marken dabei, ihre Produkte und Leistungen entlang aller Kontaktpunkte der Customer Journey zu inszenieren und bekannter zu machen und die Kundenbindung langfristig zu stärken. Das Leistungsportfolio umfasst die Bereiche digitale Kommunikation (MSM.digital Communications), digitale Transformation im Handel, POS-Marketing (MSM.digital Channel Marketing), Experiential-Marketing und Retail-Staffing (MSM.digital Brandmates), Technologie-Entwicklung für Web und App (MSM.digital Technology Systems) sowie Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen (MSM.digital AR/VR Labs). Für starke Kampagnen kombiniert MSM.digital unitübergreifend Kommunikationskanäle wie PR, Social-Media- und Influencer-Marketing, E-Commerce-Inszenierungen und Erlebniswelten am POS. MSM.digital betreibt zudem mit www.hashtaglove.de eine der größten Influencer-Plattformen Deutschlands mit über 13.000 Influencern. Die Agenturgruppe beschäftigt zurzeit 95 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Lübeck, Nürnberg, Stockholm und Pune/Indien. Zu den Referenzkunden zählen führende Marken wie AEG, AVM, BANDAI NAMCO, Electrolux, Electronic Arts, Facebooks Oculus, Microsoft, Samsung und Warner Bros. www.msm.digital

[Zur umfassenden Pressemappe von MSM.digital](#)

+++

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Telefon: +49 (0)40 32 90 47 38 0
E-Mail: MSM.digital@frauwenk.de