



© APA/AFP/Jean-Francois Monier

Der Realität auf die Sprünge helfen

Augmented Reality gilt als zukunftssträchtiges Marketingtool. In Österreich fehlt es aber noch am Mut zur Umsetzung.

Mehr sehen

Augmented Reality erweitert die Realität durch virtuelle Informationen – das funktioniert mit Hilfe einer Brille oder aber ganz einfach auf einem Bildschirm.

••• Von Laura Schott

Im Sommer vor drei Jahren haben sich plötzlich Scharen an Menschen aufgemacht, um in den Straßen, Parks und an öffentlichen Plätzen Pokémons zu jagen. Denn 20 Jahre nach ihrer Geburt erlebten die Fantasiewesen ein Revival und waren nicht mehr nur auf dem Gameboy-Bildschirm zu sehen, sondern hüpfen fröhlich in allen Ecken der Welt herum – bis sie von einem der eine Milliarde

Spieler gefangen wurden. Möglich gemacht hat das Augmented Reality – also die Erweiterung der Realität durch virtuelle Informationen. Das Ergebnis: Die User sehen die Welt durch die Tablet- oder Smartphonekamera so, wie sie ist, jedoch erweitert durch Pokémons, die sie durch Wischen auf dem Touchscreen fangen können.

Durch den Hype, den Pokémon Go 2016 auslöste, wurde das Prinzip von Augmented Reality auch der breiten Masse

ein Begriff. Marketer beschäftigen sich schon sehr viel länger mit der als vielversprechend gehandelten Technologie. Wie die Branche den Erfolg von Augmented Reality einstuft, hat das Marktforschungsinstitut Marketagent.com für die Österreichische Marketing Gesellschaft herausgefunden.

Zukunftsweisende Technologie

Im Rahmen des Digital Trend Report 2019 wurden 230 Entscheidungsträger aus den Berei-

chen Werbung, Kommunikation, Medien, PR und Werbung unter anderem zu Marketing-Trends befragt. Knapp 85% gaben dabei an, Augmented Reality als „sehr“ oder „eher“ zukunftsweisend einzustufen. Wenn es um den eigenen Kenntnisstand zu Augmented Reality geht, schätzen sich hingegen nur 14,5% als sehr und 48% als eher gut informiert ein – was unter anderem auf den Entwicklungsstand von Augmented Reality in Österreich zurückgeführt werden kann: