



69%

Zusatznutzen
69% der Konsumenten greifen eher zu einem Produkt, zu dem sie mit dem Smartphone zusätzliche Informationen abrufen können. Das ergab eine Erhebung von Constantia Flexibles.

Zeig mir deine Verpackung ...

... und ich sage dir, was du wissen willst. Interactive Packaging erweitert Verpackungen um viele Features.

Produktverpackungen enden nicht mehr im Physischen, sondern lassen sich auch in den digitalen Raum fortführen. Die Nutzung von Augmented Reality ermöglicht sogenanntes Interactive Packaging, das die Verpackung zur Kommunikationsplattform macht

und um Produktinformationen, Spiele, Videos Gewinnspiele, Infotainment, einen Onlineshop und vieles mehr erweitern kann.

Mit Constantia Interactive hat das österreichische Unternehmen Constantia Flexibles ein Tool entwickelt, das Verpackungen mit Augmented Reality zum Leben erweckt – und das, ohne

die Verpackung selbst verändern zu müssen. Konsumenten können durch Scannen des Produktes mit einer speziellen App auf die erweiterten Funktionen zugreifen, Marketer haben durch Zugriff auf das Content Management-System die Möglichkeit, Augmented Reality-Kampagnen rund um ihr Produkt zu erstellen

– wie das etwa Boehringer Ingelheim bereits tut.

medianet hat Thomas Schulz, Vice President Marketing & Communications Consumer Division bei Constantia Flexibles, zu Interactive Packaging befragt.

medianet: *Welchen Nutzen bringen interaktive Kampagnen?*