

## — — Pressemeldung

### Virtual, Augmented und Mixed Reality-Applikationen bilden die neue Ära der Erlebniskommunikation. Real-time Solutions von Mackevision auf der Digility 2016.

Wie hat sich der Einsatz von Virtual Reality (VR) in der Automobilindustrie entwickelt, wie werden die neuen Technologien eingesetzt und vor welchen Herausforderungen stehen die Unternehmen im Zeitalter von „Pokémon Go“ & Co? Darüber spricht die Stuttgarter Mackevision Medien Design GmbH auf der diesjährigen Digility-Konferenz für Virtual und Augmented Reality am 22. September in Köln.

Kian Saemian, Senior Business Development Manager bei Mackevision, schildert was die Customer Journey aktuell prägt und wo ihr Weg noch hinführen wird. Denn die Erwartungen steigen: der Kunde muss vom Erstkontakt bis zum Kaufabschluss nahtlos über verschiedene Kanäle, Geräte und Plattformen hinweg abgeholt werden. „In den nächsten Jahren werden wir Lösungen in den Verkaufsräumen der Autohersteller sehen, die wir bis eben noch als Science-Fiction abgetan hätten“, betont Saemian. „Mit zielgerichteten immersiven Visualisierungen wird die ‚Reise des Kunden‘ erfasst und begleitet, um Zielgruppen dort anzusprechen, wo sie sich befinden. Ein übergreifendes Kundenerlebnis schaffen, das bestimmt die digitale Strategie des Marketings von heute.“

Verkaufszahlen der Produkte sollen erhöht, zusätzliche Services verkauft und Verkaufszeiten reduziert werden. Eine lückenlose Customer Journey ist daher das Ziel eines jeden Autoherstellers und –verkäufers. Allerdings stellen die zahlreichen Kontaktmöglichkeiten zwischen Unternehmen und potenziellen Kunden die Unternehmen vor neue Herausforderungen. Noch nie war die digitale Welt so einfach und leicht zugänglich wie heute. Umso schwieriger ist es, den Kunden über die Menge an Kanälen und Zugängen nicht zu verlieren. Online-Kanäle wie Suchmaschinenwerbung, Social Media, Newsletter etc. sind mit den klassischen Offline-Kanälen wie TV, Print usw. eng verzahnt. Kunden nutzen und kombinieren unterschiedliche Informations- und Kaufkanäle, daher werden Marken heutzutage crossmedial erlebt. Dabei verschmelzen virtuelle und reale Welten. Es gilt den

Überblick über alle Touchpoints zu behalten und sie effizient und zielgerichtet zu steuern und zu belegen. Für die Optimierung der digitalen Erlebnisse werden überzeugende Inhalte benötigt. Und Unternehmen sind gezwungen, den Prozess hinter der Content-Erstellung und -Lieferung zu verbessern. Die Bandbreite der verschiedenen Touchpoints einer Customer Journey ist enorm. Sie reicht von stationären Showrooms und Verkaufsräumen über Websites, mobilen Seiten und Apps bis hin zu virtuellen Testfahrten, Events und Social Media.

„Der potentielle Kunde muss an jedem Touchpoint mit der passenden Visualisierung abgeholt werden. Technisch wird das nur umsetzbar sein, wenn man je nach Anforderungen und Umfeld auf die entsprechende Technologie zurückgreifen kann. Wer aktuelle digitale Bilderstellung mit 3D Real-time Technologie verbindet, hat die Nase vorne“, erklärt Armin Pohl, CEO von Mackevision. Doch vor allem Virtual, Augmented und Mixed Reality-Anwendungen erlauben den Endkunden ein noch nie dagewesenes Erlebnis komplexer und variantenreicher Produkte. Tatsächlich spielen VR-Anwendungen beim Verkauf hochwertiger Verbrauchsgüter schon seit einiger Zeit eine wachsende Rolle. So erprobt die Automobilindustrie beispielsweise schon seit längerem den Einsatz von VR-Anwendungen im Fahrzeughandel, Online-Werbung und sozialen Netzwerken. Unternehmen benötigen für die Gestaltung einer konsistenten Customer Experience technologisches Know-how und vor allem die Unterstützung. „Die virtuellen Welten vermitteln viel emotionalere, interaktivere Marken- und Einkaufserlebnisse als jede andere Art der (digitalen) Werbung. Und das erschließt bei Kundenansprache und -Bindung neue, vielversprechende Möglichkeiten“, stellt Saemian die Vorteile der Real-time Anwendungen heraus.

Die Optimierung der Customer Experience profitiert von einer verbesserten Zusammenarbeit zwischen Kreativ-Abteilung und Marketing, daher sind in erster Linie Design & Development sowie Marketing & Retail Abteilungen gefordert. Aber auch die teilweise neu gegründeten Digital Units in Unternehmen haben einen Beratungs- und Unterstützungsbedarf. Kompetenter Partner für die Umsetzung der digitalen Strategie in Unternehmen ist Mackevision als Weltmarktführer für Computer Generated Imagery (CGI)

und High-End 3D-Visualisierungen. Dank CGI werden Fahrzeuge beispielweise in Online-Konfiguratoren heute sehr realistisch dargestellt. Dank Real-time Anwendungen werden diese Visualisierungen zusätzlich interaktiv erlebbar. Echte und virtuelle Welten verschmelzen und schaffen eine Umgebung, in der physische und digitale Objekte koexistieren und interagieren. „Dank unserer langjährigen Zusammenarbeit mit Premiumkunden der Automobilindustrie haben wir das nötige technische Know-how, Verständnis für die Herausforderungen der Unternehmen und wertvolle Erfahrungswerte. Wir kennen den Markt und seine Kunden. Wir erstellen je nach Anforderung und Kanal den passenden Content und bereiten diesen entsprechend auf. Wir unterstützen Unternehmen beim Aufsetzen der notwendigen Prozesse von der Datenaufbereitung bis hin zur Visualisierung. Dadurch gewährleisten wir eine reproduzierbare Qualität und schaffen für jeden Touchpoint in der Customer Journey die bestmögliche Visualisierungslösung für unsere Kunden“, erklärt Pohl abschließend das Erfolgsrezept seines Unternehmens.

#### **Mackevision Medien Design GmbH ([www.mackevision.com](http://www.mackevision.com))**

Die Mackevision Medien Design GmbH zählt zu den Weltmarktführern für Computer Generated Imagery (CGI). Dazu gehören die Bereiche datengestützte 3D-Visualisierung, Animation und visuelle Effekte. Das Unternehmen gestaltet und produziert Bild- und Filmmaterial sowie interaktive Anwendungen in High-End-Qualität, entwickelt Technologielösungen zur Bilderzeugung und begleitet den gesamten CGI-Prozess von der Datenaufbereitung über die kreativen Gestaltung bis zum Endprodukt. Das international aufgestellte Team betreut Großkonzerne, mittelständische Unternehmen und deren Agenturen. Mackevision wurde 1994 gegründet. Heute arbeiten mehr als 450 Mitarbeiter am Hauptsitz Stuttgart sowie an den Standorten München, Hamburg London, Florenz, Detroit, Los Angeles, New York, Peking, Seoul, Tokio und Singapur.

#### **Pressekontakt**

Mackevision Medien Design GmbH  
Nadja Atwaa  
Senior Public Relations Manager  
Forststraße 7, 70174 Stuttgart  
Tel. +49 711 933048 26  
Mobil +49 151 1956 5782  
E-Mail: [nadja.atwaa@mackevision.com](mailto:nadja.atwaa@mackevision.com)  
[www.mackevision.com](http://www.mackevision.com)