

01.03.2016 - 08:30 Uhr

ameria erfindet mit dem Virtual Promoter das Schaufenster neu

Heidelberg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/106768/3264707> -

Das Technologieunternehmen ameria (www.ameria.de) hat ein digitales Schaufenster ("Virtual Promoter") entwickelt, das mit Kunden interagiert und per Gesten gesteuert wird

ameria will mit dem Promoter das Shopping-Erlebnis weltweit revolutionieren

Der breite Markteintritt sowie die Internationalisierung soll mit einer Schwarmfinanzierung gelingen, die heute um 12h startet

Ein Passant geht an einem Schaufenster vorbei - und plötzlich klopft eine junge Frau, ein junger Mann oder eine animierte Figur in Lebensgröße von innen an die Scheibe. Per Gestensteuerung können sich Kunden dann bei Interesse durch ein interaktives Menü bewegen: Das ist der "Virtual Promotor" von ameria. Hinter die Schaufensterscheibe wird eine Bildschirm-Folie angebracht, auf die ein interaktiver lebensgroßer Avatar projiziert wird. Die dazugehörige Software erkennt, ob sich Passanten in der Nähe befinden. Die Inhalte werden direkt auf die Schaufensterscheibe projiziert, Sound vor dem Geschäft und Gestensteuerung zur einfachen Auswahl der Inhalte, die den Kunden wirklich interessieren, ergänzen das Konzept. Die dargestellten Produkte können dann direkt vor Ort erworben oder nach den Öffnungszeiten über das Smartphone des Kunden bestellt werden.

Stationärer Handel weiter wichtig, muss sich aber gegen E-Commerce behaupten

Vor drei Jahren hatte ameria-Gründer Albrecht Metter, dessen 54 Mitarbeiter starkes Unternehmen in Heidelberg IT-Lösungen in den Bereichen Software-Individualentwicklung und Software-Produktentwicklung anbietet, die virtuelle Promotion-Idee. "Die Welt vernetzt sich, aber der stationäre Handel, der für mich aus einer lebendigen Stadt einfach nicht wegzudenken ist, ist vielfach noch immer offline", sagt Metter. Den IT-Profi beschäftigt die Frage, wie sich der Einzelhandel gegenüber dem E-Commerce weiter behaupten kann. "Ich bin ein Fan des klassischen Einkaufsbummels und liebe es, nicht nur online einzukaufen, sondern mich eben auch vor Ort beraten zu lassen sowie die Produkte in die Hand zu nehmen. Das Schaufenster ist das Gesicht des Handels. Aber die Händler brauchen Aufmerksamkeit, um Frequenz zu erzielen", erklärt Albrecht Metter.

Schaufenster haben wichtige Rolle bei Kundenakquise

Der "Virtual Promotor" bietet eine innovative Lösung für das Come-Back des Offline-Handels und besetzt damit einen Trend im visuellen Merchandising: Online und Offline verbinden sich mehr und mehr. "Dem klassischen Schaufenster kommt noch immer eine tragende Rolle bei der Kundenakquise zu. Aber in Zeiten der Digitalisierung sind Kunden anspruchsvoller geworden und erwarten mehr Interaktion", erklärt Albrecht Metter. Durch die holografische Darstellung digitaler Inhalte im Umfeld des Geschäfts, wird der Kontakt zwischen Kunde und Händler bereits am Schaufenster hergestellt. Eine weitere Besonderheit dieser weltweit einzigartigen digitalen Schaufensterpromotion ist, dass durch die lebensgroße Darstellung der Avatare das Gefühl einer direkten, persönlichen Mensch-zu-Mensch-Kommunikation entsteht. Durch die Interaktion, die durch Gestensteuerung ermöglicht wird, werden die Botschaften nicht mehr einseitig, sondern in beide Richtungen gesendet. "Aus Sicht der Händler sorgt der Promoter für Frequenzsteigerung; als Mehrwert für den Kunden ermöglicht er die multimediale Präsentation von Produktinformationen bis hin zum Kaufabschluss außerhalb der Ladenöffnungszeiten", so Metter. Bereits während der allerersten Teststellung konnte ein Einzelhändler eine Umsatzsteigerung von 11% verbuchen.

Markteinstieg und Internationalisierung soll mit Schwarmfinanzierung gelingen

Durch eine Crowdfunding-Kampagne auf Companisto, dem deutschen Marktführer im Bereich Schwarmfinanzierung, soll der breite Markteinstieg sowie die Internationalisierung realisiert werden. 2015 wurde der Promoter bereits erfolgreich getestet, unter anderem auch von großen Unternehmen. Investoren erhalten die Chance, sich mit Wagniskapital an einem IT-Startup zu beteiligen, das 2015 (Geschäftsjahr) bereits 2,2 Mio. Euro Umsatz hatte und eine globale Lösung für den Offline-Handel entwickelt hat. Mit dem Virtual Promoter können Händler bereits am Schaufenster über ihre Produkte und Dienstleistungen informieren und überzeugen. Mit der heute startenden Finanzierungsrunde will Albrecht Metter auch die Schwarminvestoren überzeugen.

Übersicht mit Hintergrundinformationen ab 12 Uhr unter: <https://www.companisto.com/ameria>

Frei verwendbares Pressematerial: companis.to/Pressebox_ameria

Über ameria:

Das Technologieunternehmen ameria (www.ameria.de) wurde 2001 in Heidelberg gegründet. Die ameria GmbH hat 54 Mitarbeiter, arbeitet für Kunden in 35 Ländern und entwickelt seit seinen Anfängen Marketing- und Vertriebssoftware. ameria betreut mit seinen Softwarelösungen und IT Beratung mehr als zwei Millionen Nutzer weltweit. Kunden des B2B-Unternehmens sind Konsumgüterhersteller, Handelsunternehmen und Dienstleister. ameria realisiert für Kunden weltweit digitale Marketing-Kampagnen und Projekte.

Über Companisto:

Companisto (www.companisto.com) ist Marktführer für Crowdinvesting (auch Crowdfunding für Startups oder Schwarmfinanzierung genannt) in der DACH-Region. Beim Crowdinvesting schließen sich viele Personen zusammen, um sich gemeinsam mit Risikokapital an Startups und Wachstumsunternehmen zu beteiligen. Die Investoren - Companisten genannt - können einen Betrag ihrer Wahl investieren und erhalten im Gegenzug eine Beteiligung an den Erträgen und den Wertsteigerungen der Startups bzw. im Fall eines Venture Loans eine Festverzinsung. Aktuell sind über 50.000 Investoren bei Companisto registriert, die sich gemeinsam mit einem Finanzierungsvolumen von über 27 Millionen Euro an bislang 59 Finanzierungsrunden für Startups und Wachstumsunternehmen beteiligt haben. Gemessen an der Anzahl der veröffentlichten Finanzierungsrunden ist Companisto der aktivste private Wagniskapitalgeber in Deutschland (Quelle: BVK). Im Geschäftsjahr 2015 wurden knapp zwölf Millionen Euro durch die Crowd investiert: Durchschnittlich sind dies pro Unternehmen 660.000 Euro.

Kontakt:

Kontakt zu ameria:

Alice Becker | +49 (0)6221 43 43-128 | E-Mail: a.becker@ameria.de

Kontakt zu Companisto:

André Glasmacher | +49 30 (0) 208 48 49 45 | Email:
andre.glasmacher@companisto.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100055962/100784629> abgerufen werden.