

Projekt Digitale Einkaufsstadt



Mit 3D-Animation und Virtual Reality die Sichtbarkeit erhöhen und Interesse wecken

Referenten: Korbinian Urban & Richard Pusch
spec.studio, Dachau

Zeitraum 4/2023 - 10/2024

Ein gemeinsames Projekt von



Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Workshop 3D-Animation und Virtual Reality

Was versteht man unter 3D Animation

- 3D-Animation bezeichnet die Erstellung von bewegten Bildern oder Grafiken in einem dreidimensionalen Raum
- Sie dient dazu visuell ansprechende Inhalte zu schaffen, Produkte aus verschiedenen Blickwinkeln zu zeigen, komplexe Prozesse zu erklären oder Fantasiewelten zu erschaffen

Beispiele für digitale Displays

- Werbe- und Informationsdisplays z. B. zu Unternehmen/Produkten/Tagesangeboten, Aktionen etc.
- Interaktive Werbung im Außenbereich, durch Interaktion z. B. Produkte erlebbar machen

Was versteht man unter Virtual Reality?

- Virtual Reality (VR) beschreibt eine computergenerierte Simulation einer realen oder imaginären Umgebung, in die mithilfe spezieller VR-Brillen oder Headsets eingetaucht und interagiert werden kann
- In der Werbung wird VR eingesetzt, um fesselnde und mitreißende Erlebnisse zu kreieren, die unmittelbar ansprechen und interaktive Erfahrungen ermöglichen soll

Welche Möglichkeiten bieten sich hierbei für den stationären Handel? Was sind die Vorteile?

3D-Animation und Virtual Reality

- sind branchenübergreifend einsetzbar z. B.
 - Bäckerei // Digitale Displays im Schaufenster: „Gebäck des Monats“
 - Autowerkstatt // Digitales Display: Winter is coming – jetzt online Termin ausmachen
 - Kosmetikstudio // Digitales Display: Dienstleistung zeigen
 - Mode // virtuelle Models bzw. Kleidungssimulation
 - Personalbereich // Sensibilisierung bzgl. Diskriminierung mit VR-Brille
- sprechen anders und langanhaltender an: visuelle Inhalte ermöglichen eine schnellere Informationsverarbeitung, bleiben besser im Gedächtnis und erreichen eine stärkere Emotionalisierung
- ziehen Blicke auf sich, machen Produkte erlebbar und stellen eine gute Möglichkeit dar sich von der Konkurrenz abzuheben



Empfehlungen für die Umsetzung

Machen Sie sich einen 3-Monats-Aktion Plan:

1) Was ist mein Ziel?

Definieren Sie ein Ziel

Wollen Sie mehr Umsatz? Mehr Reichweite? Dazu sollen konkrete Zahlen entstehen.

Wann ist Ihr Ziel erreicht? Definieren Sie KPI's (Key Performance Indicators = Erfolgsindikatoren)

2) Wo soll meine Werbung laufen?

An welchem Ort soll die Werbung gezeigt werden?

Wo hält sich die Zielgruppe am meisten auf und welche Plätze stehen mir zur Verfügung?

(z.B. Autobahndisplay, U-Bahn, Youtube, Kino, Laden usw.)

3) Wie soll die Werbung aussehen?

Soll die Werbung eine 3D-Animation oder Realfilm sein? Oder vielleicht sogar interaktiv? Diese Entscheidung ist abhängig von der Zielgruppe.

4) Wann soll die Werbung laufen?

Soll die Werbung immer laufen, wenn es regnet? Oder nur abends? Vielleicht nur zur Weihnachtszeit? Auch das sind entscheidende Details, um die richtigen Menschen zur richtigen Zeit anzusprechen.

5) Umsetzung und Auswertung

Die Ergebnisse dieser Werbung müssen mit den zuvor gesetzten Zielen abgeglichen werden. So lässt sich sagen, ob die Werbung erfolgreich lief und was das nächste Mal optimiert werden kann.

Best-Practice-Beispiel im Zuge des Projekts Digitale Einkaufsstadt für mehr digitale Sichtbarkeit aus dem Landkreis Dachau

- www.skinflow.de, Dachau ☑ Umsetzung von [3D Animationen und CGI \(spec.studio\)](#) (Dachau)
- [Fußfassen - Ihr Einlagenspezialist in Dachau \(fussfassen.com\)](http://fussfassen.com) aus Dachau ☑ Umsetzung von [3D Animationen und CGI \(spec.studio\)](#) (Dachau)

