



## PRESSEINFORMATION

---

Februar 2023

### **Immersive Media revolutioniert das Brand Building In der Erweiterung der Realität liegt ein riesiges Potenzial für Marken**

„Wir haben daran geglaubt“, so blickt Leif Geuder auf die Anfänge der Immersive Media Unit bei der Münchner Markenagentur BECC Agency zurück. Schon weit vor der Coronapandemie, die seiner Meinung nach die rasanten Entwicklungen in der virtuellen Realität nur beschleunigt hat, war der Mitinhaber der 2006 gegründeten und auf die Markenbildung und -erlebnisse spezialisierten Agentur von den endlosen Möglichkeiten für Marken in der erweiterten Realität überzeugt.

„Um in Visionen zu investieren, braucht es Mut und das Engagement von Mitarbeitenden und Partnern.“ Mit dem Rückhalt der Mannschaft gründete der Strategie in der 4-köpfigen Führungsspitze bereits 2019 ein Team, das sich seitdem auf Marke im immersiven Raum spezialisiert hat. Es ist auffällig, dass hier Kommunikatoren, IT-Spezialisten, Gamer und Designer unterschiedlicher Nationalität und Generation mit einem sehr ähnlichen Mindset zusammenarbeiten, die alle eine große Affinität und Leidenschaft für Gaming verbindet.

Die aus dem Gamingbereich heraus entstandenen realistischen Visualisierungs- und Programmierungsmöglichkeiten sind es auch, die für einen nahtlosen Übergang zwischen realer und virtueller Welt sorgen. In Kombination mit viel Erfahrung und Know-how im Aufbau und in der Führung von Marken können so erfolgreiche immersive Erlebnisse entstehen, die bisher gekannte Formen der Zusammenarbeit, Abstimmung und Präsentation innerhalb von Agenturen und gegenüber Kunden sowie deren Zielgruppen revolutionieren, hin zu einem New Normal.

In der Anreicherung der Realität ist nicht nur eine Alternative zu herkömmlichen Face-to-Face-Veranstaltungen zu sehen, unter Immersive Media versteht man vielmehr eine umfassende Strategie für ein perfektes Blending von virtuellen und realen Maßnahmen zur Gestaltung der Customer Journey von wettbewerbsfähigen und zukunftssicheren Marken.

Eine erst einmal angelegte Asset Database – das Herzstück der immersiven Lösungen für eine Marke im digitalen Raum – ermöglicht später eine einfache, schnelle, kostengünstige und CI-konforme Implementierung in die verschiedensten Kommunikationsmaßnahmen, -formate und -kanäle. Deshalb braucht es für die digitale Erschaffung einer Marke von Anfang an ein vorausschauendes und verknüpfendes Denken sowie eine fundierte Strategie, die alle Szenarien beider Welten antizipiert.

Die Erweiterung der Realität bietet unter anderem für Akquise- oder Trainingszwecke, Raumplanungen oder Content-Erstellung vielfältige Vorteile gegenüber den traditionellen Touchpoints. Während man sich in der Vergangenheit durch räumliche Vorgaben beschränken musste, eröffnet der virtuelle Raum grenzenlose Möglichkeiten zur Kreation von Umgebungen, in denen man sich orts- und zeitunabhängig für Verkaufsgespräche, Fortbildungen, Präsentationen und Workshops treffen kann. Dabei werden nicht nur Ressourcen gespart und zukünftige Szenarien veranschaulicht, sondern auch Prozesse vereinfacht, beschleunigt und somit günstiger.

Wer sich schon in der Planungsphase mithilfe der Simulation von Objekten und Lösungen austauschen kann, der ist nicht nur von Anfang an näher dran, sondern auch involvierter. Tests können abgekürzt, Renderings gespart und Teams interaktiver und effektiver in Zusammenarbeit gebracht werden. Eine gemeinsame geteilte Vorstellung von der späteren Wirklichkeit kann zu mehr Konsens führen und Missverständnisse von Anfang an aus dem Weg räumen.

Das erleben die Mitarbeitenden der BECC Agency im Daily Business selbst, wenn sie in Briefings, Abstimmungen und Präsentationen mit Kunden von den Vorteilen der Immersive-Media-Lösungen aus ihrem eigenen Dienstleistungsspektrum profitieren. Sie laden zu detaillierten Corporate-Identity- und Corporate-Design-Schulungen in der Augmented Reality ein und vermitteln dort auf eindrucksvolle und interaktive Art und Weise Brand-Know-how. Die populär gewordene Form von Hybrid-Veranstaltungen wird durch AR-/VR-Lösungen auf ein nächstes Level gehoben. Bei virtuellen Begehungen mit dem Auftraggeber können Räume in Echtzeit angepasst oder das Interior Design verändert sowie Product-Staging-Setups oder Beleuchtungskonzepte vorab detailgenau simuliert und besprochen werden, sodass für den realen Auftritt der Marke nichts dem Zufall überlassen werden muss.

Mehr zu den Immersive-Media-Möglichkeiten für Marken und dem Portfolio der Agentur unter [www.becc-agency.com](http://www.becc-agency.com).

**Pressekontakt**

Kirstin Sternel

Y-WHY

Mail: [hello@y-why.de](mailto:hello@y-why.de)

Tel.: 0151 46 25 46 24

**Agenturkontakt**

Katharina Kraus

BECC Agency GmbH

Mail: [katharina.kraus@becc-agency.de](mailto:katharina.kraus@becc-agency.de)

Tel.: 089 23 23 87 00 0