

## PRESSEMITTEILUNG

# S.OLIVER MACHT MIT AUGMENTED REALITY WEIHNACHTSSHOPPING ZUM 3D-ERLEBNIS

### **ROTTENDORF, 4. November 2016**

s.Oliver ermöglicht seinen Kunden im Rahmen der „HAPPY CHRISTMAS“-Kampagne 3D-Outfitpräsentationen und hebt so Weihnachtssshopping auf ein neues Level. Durch die neue Augmented Reality Funktion der s.Oliver App können die User die Christmas-Looks im Store oder anhand des Christmas-Booklets erstmals in 3D erleben. Damit entscheidet sich das Mode- und Lifestyleunternehmen zu einem großen Schritt in die Zukunft der Fashion Visualisierung und nimmt im Rahmen der „Mobile First“-Strategie durch die Augmented Reality Technologie eine führende Rolle im mobilen Shopping ein.

Augmented Reality schafft die Verknüpfung von realer und digitaler Welt und erzeugt dadurch ein völlig neues Shopperlebnis. „Wir freuen uns dass wir mit dieser neuen Funktion in unserer App die Digitalisierung für den Endkunden weiter vorantreiben können. Die gestiegene Anzahl der App-Downloads und die hohe Interaktion zeigt, dass das Thema einen hohen Mehrwert für den Kunden liefert und wir mit unserer mobile First Strategie auf dem richtigen Weg sind. Und das ist aus unserer Sicht letztendlich entscheidend“, sagt Vanessa Stützle, Chief Digital Officer der s.Oliver Group.

Alles was die s.Oliver Kunden dafür brauchen ist ein Smartphone und die kostenlose s.Oliver App. Als "Action-Auslöser" dient das s.Oliver Christmas Booklet sowie Boden-Sticker und Fenstersticker in ausgewählten Stores. Werden die Sticker oder Booklet-Seiten durch das Smartphone betrachtet, wird das jeweilige Model in 3D dargestellt und bewegt sich förmlich aus dem Katalog bzw. Boden heraus. In den s.Oliver Stores (beispielsweise in München, Hamburg, Berlin, Stuttgart oder Würzburg) werden die weihnachtlichen Looks so in Lebensgröße präsentiert. Dabei bietet die Produktdarstellung eine tolle Interaktivität: Durch Bewegung oder Drehung kann ein Outfit von allen Seiten im Detail betrachtet werden.

Susanne Schwenger, Managing Director Product & Marketing s.Oliver, ist begeistert von den neuen Möglichkeiten, die s.Oliver seinen Kunden durch die 3D-Technologie bietet: „Durch die Augmented Reality Funktion unseres Christmas Booklets und den Stickern in den Stores erhält der Kunde eine hautnahe, realistische Visualisierung unserer Winter-Looks und wie sie getragen aussehen. Passformen, Farben und Haptiken werden mit einer noch nie da gewesenen Präzision auf dem Smartphone gezeigt – quasi eine Outfitpräsentation 2.0.“

Für die Aufnahmen wurde beim Kooperationspartner Orendt Studios ein spezielles 360° Aufnahmesystem eingesetzt, das mit rund 90 Kameras jeden Winkel eines Models erfasst. Aus den Bildern der Kameras werden 3D Objekte berechnet, die dann in die s.Oliver App geladen wurden.

Lust bekommen, es selbst auszuprobieren? Einfach das aktuelle „HAPPY CHRISTMAS“ Booklet in einer der s.Oliver Filialen abholen, s.Oliver App aufs Smartphone laden und los geht's ([soliver.com/app](http://soliver.com/app)).



## UNTERNEHMENSINFORMATION

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt. Der Konzern wies 2015 einen Markenumsatz von über 1,6 Milliarden € aus und beschäftigte international rund 7.800 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver RED LABEL, s.Oliver BLACK LABEL, O/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma und LIEBESKIND BERLIN zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Stefanie Heeg  
Head of PR  
Telefon: +49-(0)9302-309-9387  
E-Mail: [stefanie.heeg@de.soliver.com](mailto:stefanie.heeg@de.soliver.com)

Julia Stang  
Junior Consultant Fashion & Brand PR  
Telefon: +49-(0)9302-309-9822  
E-Mail: [julia.stang@de.soliver.com](mailto:julia.stang@de.soliver.com)

[soliver-group.com](http://soliver-group.com)