

Virtueller Showroom



Der neue virtuelle Showroom von Schaerer ermöglicht Interessierten, sich umfassend über das Portfolio des Unternehmens zu informieren / Foto: Schaerer

Kaffee hautnah erleben im digitalen Raum, das ermöglicht der neue virtuelle Showroom des Schweizer Kaffeemaschinenhersteller Schaerer und zeigt dabei nicht nur die Kaffeemaschinen des Unternehmens.

In Zusammenarbeit mit der deutschen Medienagentur Wurzel Digital hat Schaerer seinen digitalen Showroom realisiert. Der browserbasierte, dreidimensionale Ausstellungsraum erlaubt Besuchern ab sofort, sämtliche Maschinen und Beistellgeräte des Schaerer-Portfolios online in Augenschein zu nehmen. Hierzu stehen neben Info-Texten auch detaillierte 3D-Modelle der Geräte zur Verfügung, die per Augmented-Reality-Anwendung (AR) frei in realen Räumen platziert werden können.

Doch nicht nur die Kaffeemaschinen selbst werden im virtuellen Showroom in Szene gesetzt: Auch die Kaffeekompetenz der Schaerer-Experten des Coffee Competence Centre spielt eine zentrale Rolle und wird ansprechend dargestellt. Die umfassenden Informationen zu Maschinenteknik und Kaffeewissen lassen sich hierbei individuell entdecken und erfahren, da die einladend gestaltete Präsentationsfläche völlig frei erkundet werden kann ? mit Maus und Tastatur ebenso wie per Touch-Steuerung.

Neue Wege notwendig

Die Idee, Messestände und Ausstellungsräume in den virtuellen Raum zu verlagern, ist grundsätzlich nicht neu. Durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie bekam die Technologie jedoch einen entscheidenden Aufmerksamkeitsschub, wie Sebastian Walk, Digital Marketing Manager bei Schaerer und Projektverantwortlicher, weiß: ?In den letzten

eineinhalb Jahren fielen auf der ganzen Welt Messen aus oder wurden nur digital veranstaltet. Zwar lässt sich langsam wieder eine Normalisierung der Situation erahnen, viele Hersteller und Veranstalter sehen sich aber doch gezielt nach Alternativen um. Matthias Lübke, Marketingleiter und Head of Coffee Competence Centre bei Schaerer, erläutert den Kerngedanken des Projekts: ?Wir sind überzeugt, dass wir mit dem digitalen Kaffeeerlebnis im virtuellen Showroom neue Wege gehen können. Selbstverständlich wird dies den persönlichen, zwischenmenschlichen Austausch nie vollkommen ersetzen ? doch digitale Kommunikationsformen werden zunehmend mit der analogen Welt verschmelzen. ? Auch Walk unterstreicht diesen Ansatz und ergänzt: ?Die Vorteile des Showrooms sind vielseitig. Wir verfügen nun über einen zentralen Knotenpunkt für multimediale Inhalte ? unabhängig von Ort und Zeit. Das ist einerseits äußerst praktisch für unsere Kunden und Partner in aller Welt, andererseits steigert es die Nachhaltigkeit. ?