



## Glasmacher-Tradition trifft auf Zukunftstechnologie – Digitalisierung und AR bei HEINZ-GLAS

Digitalisierung ist schon lange kein kurzzeitiger Hype/Trend mehr. Mobilitätsapps, virtuelle Shopperlebnisse oder Smart Devices verdeutlichen es durch ihre rasante und stetige Vermehrung unverkennbar. Zunehmend erfahren aber auch andere, bisher noch kaum betroffene Bereiche durch digitale Angebote tiefgreifende Veränderungen, allen voran die Körperpflege und Verwendung von Kosmetik. Apps zum virtuellen

Testen von Lippenstifffarben oder Haartönungen sowie Stilberatung durch Chatbots sind nur zwei Beispiele.

### Erster digitaler Parfümflacon

Diese Entwicklung hat HEINZ-GLAS bereits 2017 aufgegriffen und mit TimesSquare einen digitalen Parfümflacon entwickelt. Er vereint Funktionalität, Emotion, Tradition und Hightech und bietet dem Endkonsumenten ein ganz besonderes Erlebnis beim Umgang mit seinem Lieblingsduft. Der integrierte Bildschirm erlaubt es, den Flacon mit beliebigen Bild-, Video-, Text- und Toninhalten zu personalisieren. Dank USB kann dies nicht nur durch den Verkäufer des Parfüms erfolgen, sondern auch durch den Endverbraucher selbst. Botschaften zum Geburtstag, Valentinstag oder anderen Anlässen sind direkt auf das Glas übertragbar.

Die Kombination aus 400-jähriger Glasmachererfahrung sowie digitaler Technik brachte HEINZ-GLAS 2019 den Red Dot Award in der Kategorie Product Design ein. Die Entscheidung der internationalen Jury, TimesSquare unter 5.500 Mitbewerbern auszuwählen, bestätigt die Vision des Familienunternehmens: Digitalisierung und traditionelles Glasmachen ist kein Widerspruch.

### Augmented Reality unterstützt Nachhaltigkeit

Doch TimesSquare ist nur ein erster Schritt in Richtung "Beauty Tech" – HEINZ-GLAS denkt weiter. Basis dafür ist die Technologie der Augmented Reality. Dabei werden anders als bei Virtual Reality digitale 3D-Elemente in die reale Umgebung projiziert, erzeugen also eine "erweiterte Realität". Die von HEINZ-GLAS mit einem Partner entwickelte App smARtglass bewirkt genau dies.

Mittels Smartphone-Kamera erkennt die Anwendung den Prototyp-Flakon Amaze'n'Gaze AR und lässt plötzlich einen gelben Schmetterling um und durch den Flakon flattern. Keine Magie, dafür aber ein intelligentes Verfahren, das die besondere Veredlung des Flakons erkennt und darauf reagiert. Bilder, Videos, Musik, Textelemente, Animationen – der Medien- und Motivwahl sind keine Grenzen gesetzt. So lassen sich beispielsweise Inhaltsstoffe des Füllinhalts oder digitale Gebrauchsanweisungen mittels Video präsentieren, um den Anwender Schritt für Schritt durch die Verwendung des Produkts zu führen. Zusätzlich eröffnen sich damit ebenfalls neue Möglichkeiten für die Gestaltung der Umverpackung, da platzraubende Informationen via smARTglass digital vermittelt werden können. Einsparung von Ressourcen wird damit zu einem weiteren Pluspunkt der AR-App. Darüber hinaus bietet sich im Sinne der Nachhaltigkeitsdiskussion eine Vielzahl an Möglichkeiten, abstrakte Fakten wie den CO2-Fußabdruck oder den sozialen/ökologischen Impact des Produktes stets aktuell zu visualisieren.

### **Verpackungen werden interaktiv erlebbar**

Neue Optionen für Verpackungsdesign, Marketingaktionen, Ressourceneinsparung, Produktpersonalisierung und Kundeninformation – das alles und mehr ermöglicht smARTglass den Beautymarken. Viele von ihnen bieten bereits eigene Apps mit Informationen zu Verkaufsaktionen, Produktneuheiten oder Online-Shops. Mit smARTglass können nun auch Parfüm, Crème & Co. selbst Teil der Digitalisierungsstrategien der Hersteller werden. Multisensorisch und interaktiv erlebbar, eröffnet sich für den Endverbraucher ein besonderes Produkterlebnis.

vke

---

KOSMETIKVERBAND

VKE-KOSMETIKVERBAND · Unter den Linden 42 · 10117 Berlin  
Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722 · E-Mail: [info@kosmetikverband.de](mailto:info@kosmetikverband.de)  
[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)  
Pressebüro ANTJE BRÜNE · E-Mail: [info@presse-bruene.de](mailto:info@presse-bruene.de)