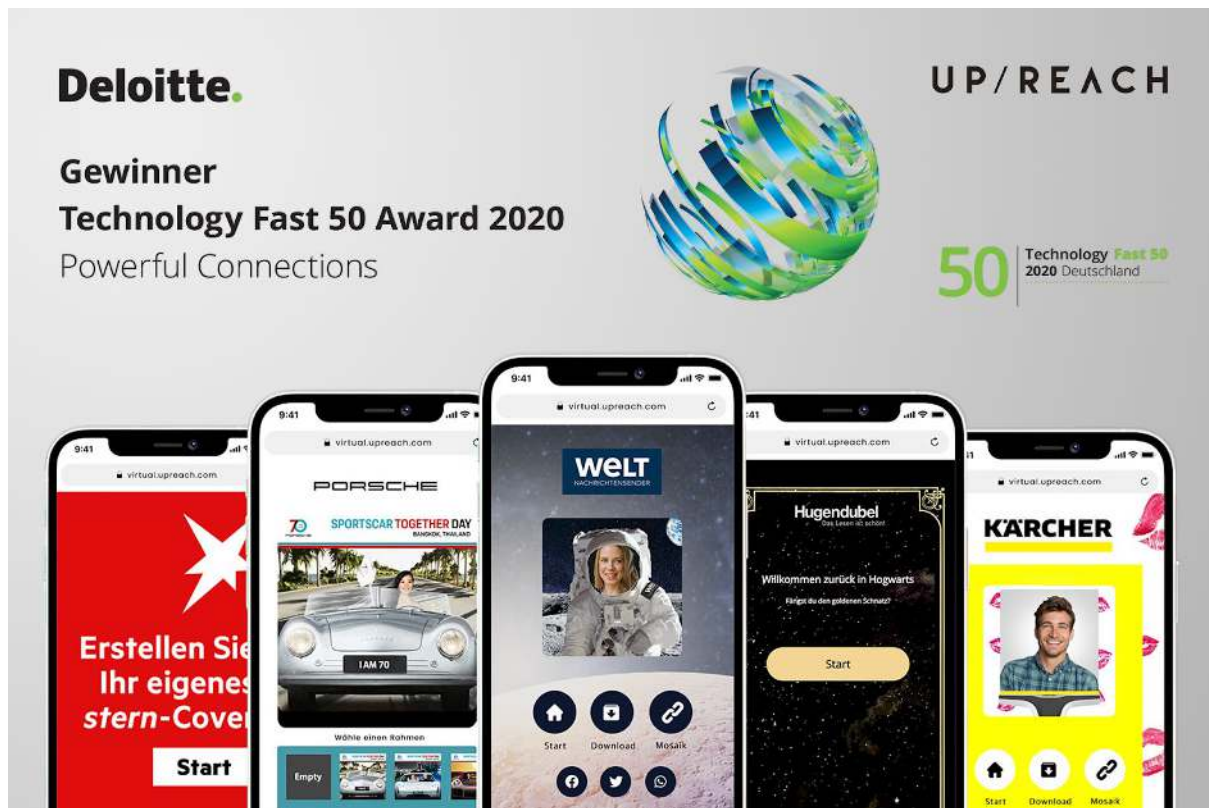


UpReach wird mit Deloitte Fast 50 Award ausgezeichnet und veröffentlicht AR-basierte Marketingplattform für virtuelle Events



Seit der Gründung im Herbst 2016 hat sich bei UpReach viel getan: Das EventTech Startup hat mit seiner Hard-/Software-Lösung für interaktives Selfie-Marketing auf Messen und Events 600+ Kunden überzeugt – darunter namhafte Brands wie Bitburger, Porsche oder Microsoft.

Für das rasante Wachstum auf knapp zwei Millionen Euro Jahresumsatz bis 2019 wurde UpReach nun von Deloitte, der weltweit größten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, ausgezeichnet: Das Startup belegt Rang 6 im heute veröffentlichten Ranking der 50 wachstumsstärksten Technologie-Startups in Deutschland.

Anfang 2020 brach UpReach mit Ausbruch der Corona-Pandemie dann quasi über Nacht ein Großteil des Umsatzes weg, u.a. die [FAZ](#) und [WirtschaftsWoche](#) berichteten.

Doch für die Gründer Marius Hepp und Ferdinand Natterer sowie ihr Management-Team um Danny Fandrich und Christian Noack scheint sich das Durchhaltevermögen nun auszuzahlen.

Denn „bei virtuellen Events fehlen oftmals Emotionen, Experience und Engagement – das, was Live-Marketing so erfolgreich macht“, erklärt CEO Marius Hepp und stellt direkt eine Lösung in Aussicht:

Wir haben unsere AR-basierte Fotoplattform speziell für virtuelle Events neu konzipiert – z.B. für „digitale Weihnachtsfeiern“: Mitarbeitende können ganz einfach mit über den Webbrowser ihres eigenen Smartphones oder Laptops ein Selfie in der digitalen Fotobox aufnehmen, sich mit

weihnachtlichen Augmented Reality Stickern verkleiden – und am Ende entsteht ein Fotomosaik im Markendesign. So funktioniert Teambuilding in Zeiten von Lockdown & Home Office!

Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank setzt das UpReach System bereits auf rund 120 Events pro Jahr zu Werbezwecken ein. Marketing Manager Daniel Schoenenberg: „Vor Corona haben wir mit dem Fotosystem unsere studentische Zielgruppe direkt an den Universitäten erreicht – jetzt hilft uns UpReach dabei, auch virtuellen Events einen Erlebnischarakter zu verleihen und die Social Media Reichweite zu stärken.“

Doch die Chancen gehen über virtuelle Eventformate weit hinaus.

Marius Hepp: „Wir wollen Augmented Reality als zentrales Werbeformat für die Experience Economy etablieren und tot geglaubten Kanälen wie Außenwerbung, Zeitungsanzeigen und Produktverpackungen im eCommerce-Zeitalter neues Leben einhauchen“.

Die Vision: Ein Marken-eigenes Snapchat oder Instagram; interaktive Werbung, die Spaß macht, deutschen Datenschutz-Richtlinien entspricht und noch dazu Umweltressourcen schont.

Dazu Dr. Andreas Gentner (Partner und Leiter des Bereichs Technology, Media & Telecommunications EMEA bei Deloitte): „UpReach überzeugt mit seinen flexiblen Bildaufnahme- und -distributionskanälen. Das Team um Marius Hepp hat in der Krise die strategische Chance für technologische Innovationen und neue Geschäftsmodelle erkannt. Das stimmt optimistisch für den Tech-Standort Deutschland“.

Pressekontakt:

Herr Danny Fandrich
Prokurist / COO
d.fandrich@upreach.com
+49 30 994 04 84 - 18

Über UpReach

UpReach bietet die führende Hardware / Software as a Service Plattform für interaktives Live Marketing, die seit der Veröffentlichung in 2016 von 600+ Marken aus allen Branchen erfolgreich eingesetzt wurde.

*Im Zuge der Corona-Krise hat das Startup eine „Augmented Reality“-basierte Lösung für virtuelle Events & Promotions entwickelt: Konsument*innen werden dabei über den Browser ihres Smartphones oder Laptops Protagonisten eines interaktiven Foto-/Videoerlebnisses und können den Marken-spezifischen Content anschließend via Instagram, Snapchat oder TikTok weiterverbreiten.*

Über Deloitte

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für die rund die 312.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf <http://www.deloitte.com/de/UeberUns>.