

H&M maakt AR-ervaring van modeshow

25-10-2018 10:57



H&M heeft woensdagavond de samenwerking met Moschino geïntroduceerd met onder meer een augmented reality-installatie. Tijdens de New York Fashion Week presenteerde het Zweedse kledingconcern zijn nieuwste collectie.

De zevenhonderd gasten van de catwalkshow werden uitgenodigd om een 'high-tech wereld' in te stappen en de collectie tot leven te zien komen. In een als ouderwets televisiescherm uitgedoste 'walk-in-box' had de retailer enkele kledingstukken uit de collectie opgesteld. Gasten konden vervolgens een Magic Leap-headset opdoen om de ruimte te verkennen. Doordat de virtuele objecten in de doos reageren op signalen van kijkers ontstaat er interactie. Door bijvoorbeeld naar een tas te reiken, smelt deze in zichzelf.

Andere gedeeltes hadden video's die werden afgespeeld wanneer de gast er naar kijkt. Zo zagen zij een jonge vrouw spelen met een knuffelhond van H&M en Moschino. Verder was er een in goud vergulde buste van Moschino-ontwerper Jeremy Scott, die ronddraaide terwijl er luide muziek op de achtergrond speelde. De hele AR-ervaring duurde vijf minuten om alle bezoekers de kans te geven de ervaring te ondergaan.

Anna Tillberg Pantzar van H&M's Laboratory zegt tegen modewebsite [WWD](http://www.wwd.com) dat het de eerste stap van de keten is naar het gebruik van technologie om de manier van winkelen te veranderen. Ook de aanvullende modeshow van de Zweedse retailer had multimedia als thema.

