

PRESSEMITTEILUNG

Augmented und Virtual Reality und ihre Anwendungsmöglichkeiten

Frank Zahn, CEO Exozet: „Egal welche Widerstände – Technologie findet ihren Weg.“

Berlin, 4. August 2015 *Augmented und Virtual Reality-Anwendungen (VR/AR) bieten eine Vielzahl von Möglichkeiten und Chancen. Ihr Einsatz wird in naher Zukunft die Art, wie Menschen miteinander interagieren und wie Informationen aufbereitet werden, radikal verändern. „Wir befinden uns gerade an einem Shift“, sagt Frank Zahn, CEO von Exozet, „und zwar vom Bildschirm in die dritte Dimension. Wir swipen bald nicht mehr, wir greifen, wir klicken nicht, wir schauen einfach hin.“ Verschiedene Technologien erlangen im Moment Marktreife und alle Big Player machen mit. Es ist ein Wandel der Dimensionen und es bleibt spannend, welche Entwicklungen das Miteinander am meisten prägen und welche sich durchsetzen werden. Darum ist es wichtig, die verschiedenen Segmente im Auge zu haben und ihr Potenzial zu kennen.*

Es geht bei VR/AR nicht nur um Gaming und Unterhaltung, es geht auch um die Themen Gesundheit und Mobility, Lehre und Veranschaulichung. Exozet berät ihre Kunden dabei, wie AR/VR-Services optimiert und Technologie sinnvoll eingesetzt werden kann und völlig neue Marktbereiche entstehen.

Frank Zahn sagt: "Stellen Sie sich vor: Abstrakte Zahlen können mit Leben gefüllt werden. Die deutsche Schuldenuhr könnte in Form von Geldscheinen dargestellt werden, in Echtzeit, und Sie laufen um die Geldhaufen herum. Lassen Sie sich die Geldmenge als Münzen anzeigen oder wechseln Sie die Währung. Alles ist möglich und erlebbar in Virtual oder Augmented Reality."

Im Bereich Gesundheit werden schon während der Ausbildung VR/AR-Lösungen Anwendung finden. In der Virtualität kann der Student schneller und deutlich effektiver lernen, verschiedene Funktionen von Organen oder Organsystemen des Körpers können einfacher vermittelt werden. Gleiches gilt für die Augmented Reality: Zusätzliche Informationen können in Echtzeit am Versuchsobjekt abgerufen werden. Auch der fertig ausgebildete Arzt profitiert von AR. Sie erleichtert ihm die Behandlung oder Operation und liefert Patientendaten.

VR wird neue Erlebnisse sowohl im Gaming-Bereich als auch im Film-Bereich ermöglichen. Wenn ohnehin schon in vielen Filmen 90 Prozent der Szenen am Computer entstehen, ist es kein großer Schritt, diese im 360Grad-Raum entstehen zu lassen. Die benötigte Rechenleistung ist dabei vergleichsweise gering, denn das scharfe HD-Bild wird nur für den jeweiligen Blickwinkel berechnet.

Im Bereich Mobilität wird vor allem AR eine Rolle spielen. Dank zusätzlich eingespielter Informationen z.B. in eine AR-Brille werden Verkehrsteilnehmer künftig sicherer und schneller an ihr Ziel gelangen. AR-Lösungen auf dem Smartphone übersetzen heute schon fremdsprachige Straßenschilder und ermöglichen Kommunikation in fremden Sprachen. Zahn sagt: "Für alle Bereiche gilt: Welchen Herausforderungen müssen sich Marken in VR/AR stellen? Auch wird nicht für jeden alles Sinn machen. VR? AR? Hier muss man unterscheiden."

Für viele ist Virtual Reality der nächste große Meilenstein im Bereich der 3D-Sparte. Vor allem über die 3D Brille Oculus Rift wird immer wieder berichtet. Sie soll all die Versprechen erfüllen, die seit den Neunziger Jahren gemacht wurden. Vor allem für Games ist diese Technik attraktiv, macht sie doch ein absolutes Abtauchen in neue Welten möglich. Aber auch für Präsentationen und als Unique Customer Experience eignet sich dieses Tool.

Im Unterschied zur Virtual Reality wird bei der Augmented Reality keine vollkommen neue Welt geschaffen, sondern Informationen und Objekte werden über die reale Welt gelegt. Die Schere zwischen Text und Wahrnehmung wird aufgelöst und durch grafische Darstellung vereinheitlicht. Durch intuitive Bedienelemente wird eine neue Dimension der Realität zugänglich, die vorher ungenutzt blieb. Ein dafür ausgerüstetes Device, (z.B. eine Brille, ein Wearable oder aber ein Smartphone) transformiert den Alltag. Ein Kalender steht nur noch virtuell auf dem Tisch, mit einem Blick kann ein Hotel zeigen, wie viele Zimmer noch frei sind, in dem nur die Fenster der freien Räume erleuchtet sind oder der Fernseher hängt nur noch virtuell an der Wand, wenn man ihn braucht. Es kommt zu einer Endgrenzung der Realität durch eine Optimierung der Wahrnehmung.

Die dritte Technologie, die 3D-Darstellungen implementiert, ist die Holografie. Objekte werden mithilfe von Spiegeln und Projektoren als dreidimensionale Objekte in den Raum geworfen, sodass an ihnen und mit ihnen gearbeitet werden kann: Science-Fiction-Technologie im Wohnzimmer und an Konferenztischen.

Neben den Big Playern tummeln sich noch viele Unternehmen und Start-ups auf dem Markt. Es ist ein großer Run ausgebrochen und es bleibt spannend, welche Technologie als Erstes den Massenmarkt erreicht. Die Konsequenzen sind kaum abzusehen. „Es ist die große Wild-West-Zeit“, sagt Frank Zahn, „die Frage ist, wer stößt zuerst auf Gold“. Er gibt zu bedenken: „Man muss sich nur vorstellen, dass das iPhone erst vor acht Jahren auf den Markt kam. Alle Unternehmen mussten sehr schnell lernen, was responsiv bedeutet und was eine App ist. Da wurden auch einige kalt erwischt. Und es ist unsere Aufgabe bei Exozet, dass das unseren Kunden nicht passiert.“

Welche Technik sich auch durchsetzt: Die Welt wird eine andere sein, die Realität mehr als sie heute ist. Frank Zahn sagt: „Egal welche Hürden es gibt, welche Widerstände, Technologie findet ihren Weg.“

Über Exozet

Exozet, die Agentur für Digitale Transformation, arbeitet für Unternehmen aus den Branchen Medien, Entertainment, Brands, Start-ups, Finance, Telekommunikation sowie für öffentliche Auftraggeber. Mit 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Berlin, Potsdam-Babelsberg und Wien berät und gestaltet sie seit 1996 den Digitalen Wandel in Unternehmen wie z.B. Axel Springer, BBC, Red Bull, Audi und Deutsche Telekom. Bereits mehrfach wurde das Unternehmen ausgezeichnet, zuletzt 2015 mit einem Digital Emmy.

Kontakt:

Bei Fragen oder Interview-Wünschen wenden Sie sich gern an: Clemens Glade | Public Relations
clemens.glade@exozet.com | T: +49 30 24 65 60-220
exozet.com | facebook.com/exozet | xing.com/company/exozet