

WEBINAR 26. März 2025



Thomas Stornig

Next-Level Erlebnisse:

KI trifft auf VR, AR & 360°Präsentationen

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ALS TREIBER FÜR IMMERSIVE
TECHNOLOGIEN



VIRTUELLE REALITÄT, 360°-PRODUKTPRÄSENTATIONEN UND AUGMENTED REALITY

THOMAS STORNIG

Digital Consultant & Medien Designer
Visuelle Informationstechnologie

Werbegrafik-, Druck- & Webdesign

Berufsfotograf

3D Produkt- und Objektpräsentationen

Virtuelle Realität

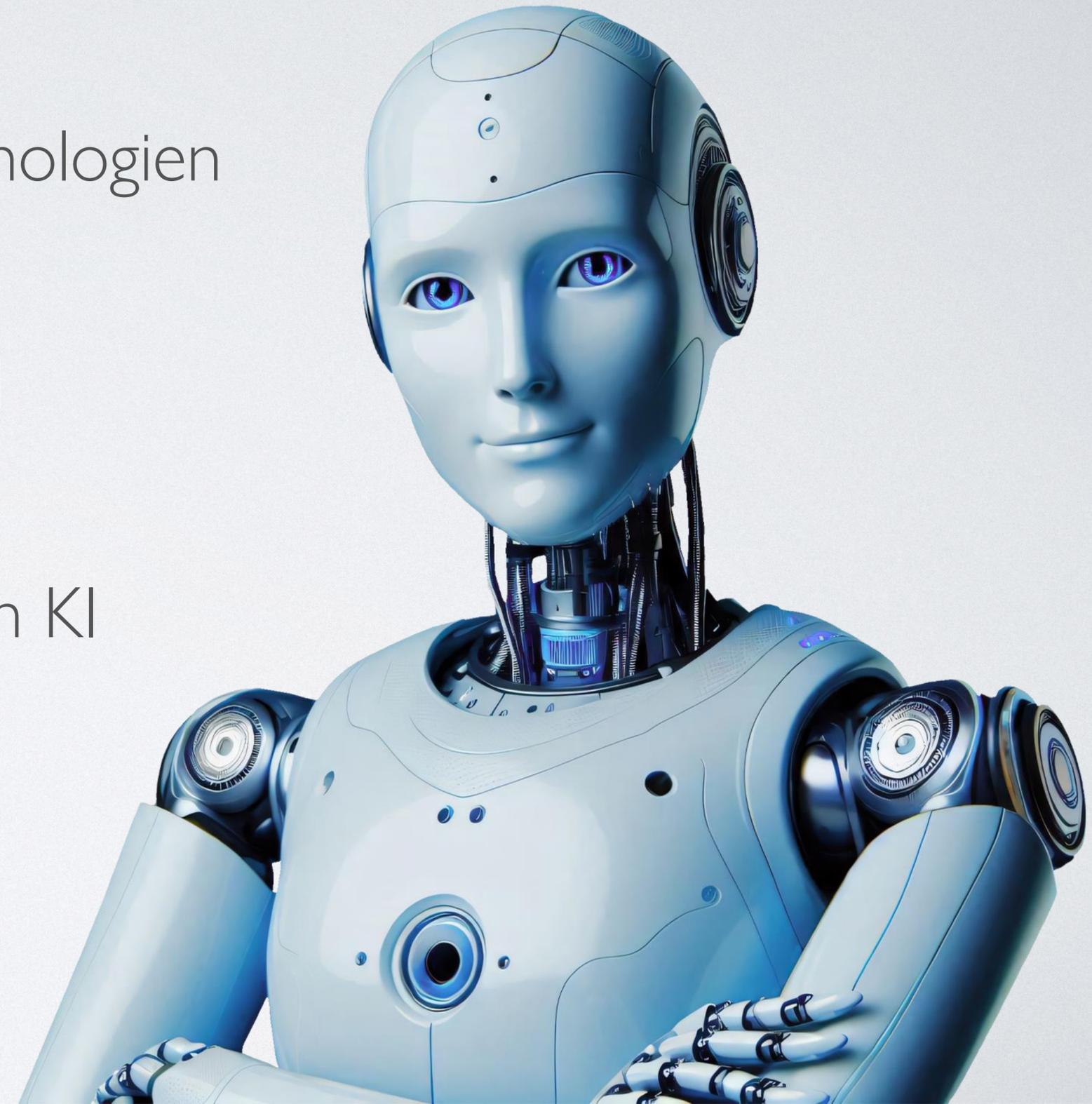
Augmented Reality

Phototelegrammetrie



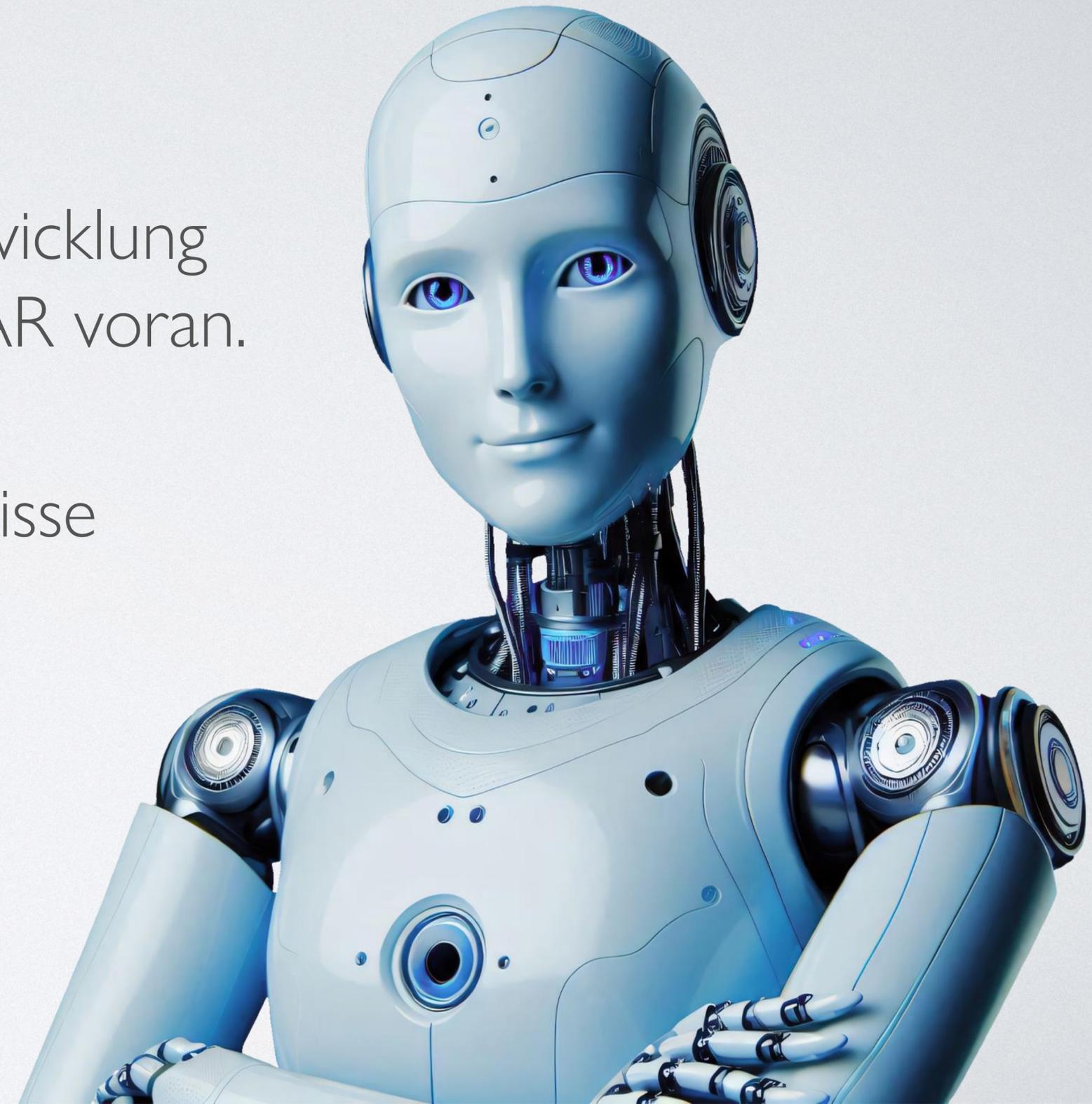
KI UND IMMERSIVE TECHNOLOGIEN

- Einführung: KI und immersive Technologien
- Virtuelle Realität (VR) und KI
- 360° Produktpräsentationen und KI
- Augmented Reality (AR) und KI
- Verbindung der Technologien durch KI
- Ausblick: die Zukunft mit KI



KI UND IMMERSIVE TECHNOLOGIEN

- Künstliche Intelligenz treibt die Entwicklung von VR, 360° Präsentationen und AR voran.
- Durch KI werden immersive Erlebnisse intelligenter und realistischer.



VIRTUAL REALITY (VR)

VR ermöglicht dem Betrachter, in eine virtuelle Welt einzutauchen und mit ihr zu interagieren.



PRODUKTPRÄSENTATION 3D – 360°

Eine 360-Grad-Produktpräsentation ermöglicht interaktives Betrachten eines Produkts aus allen Blickwinkeln.



AUGMENTED REALITY (AR)

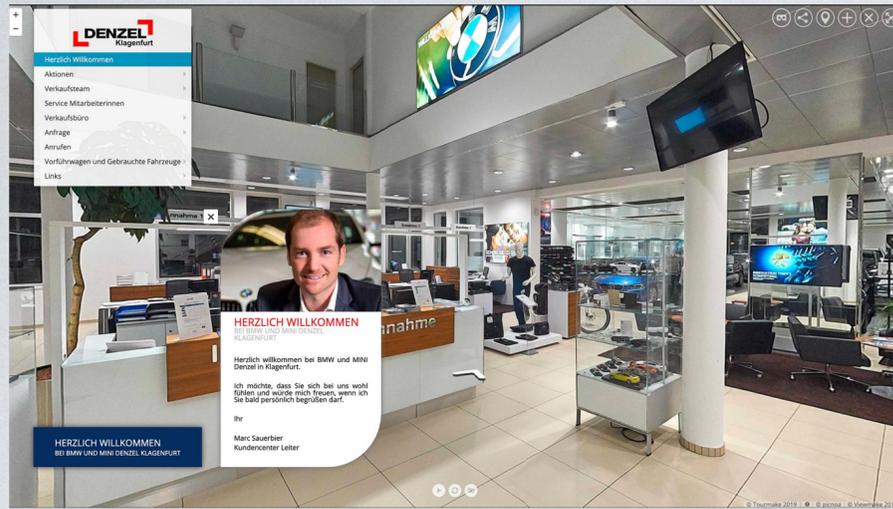
AR erweitert die reale Welt durch digitale Informationen und virtuelle Objekte.





VIRTUAL REALITY: WAS IST ES UND WIE KANN
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ HIER EINGESETZT WERDEN?

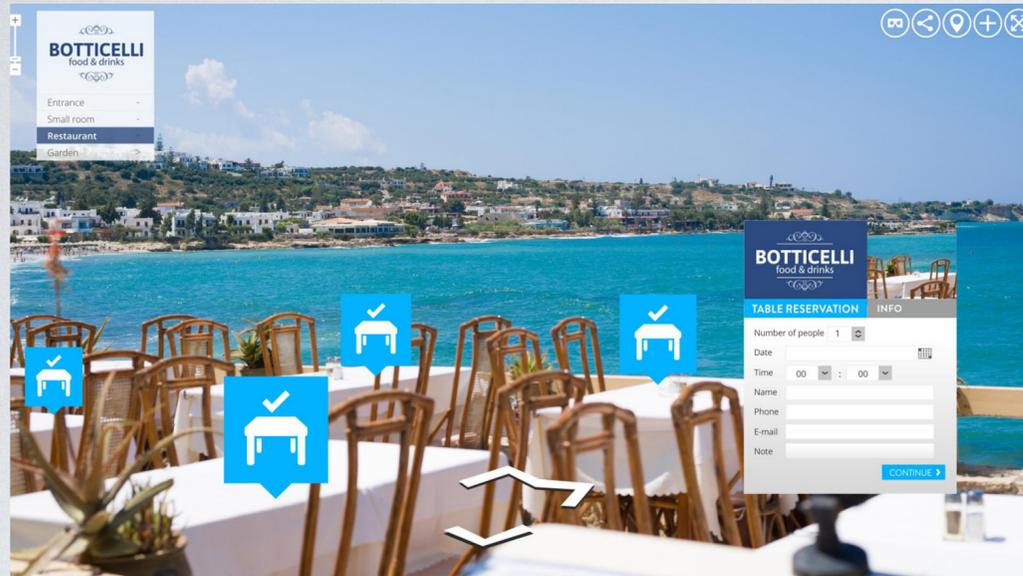
WAS IST VR?



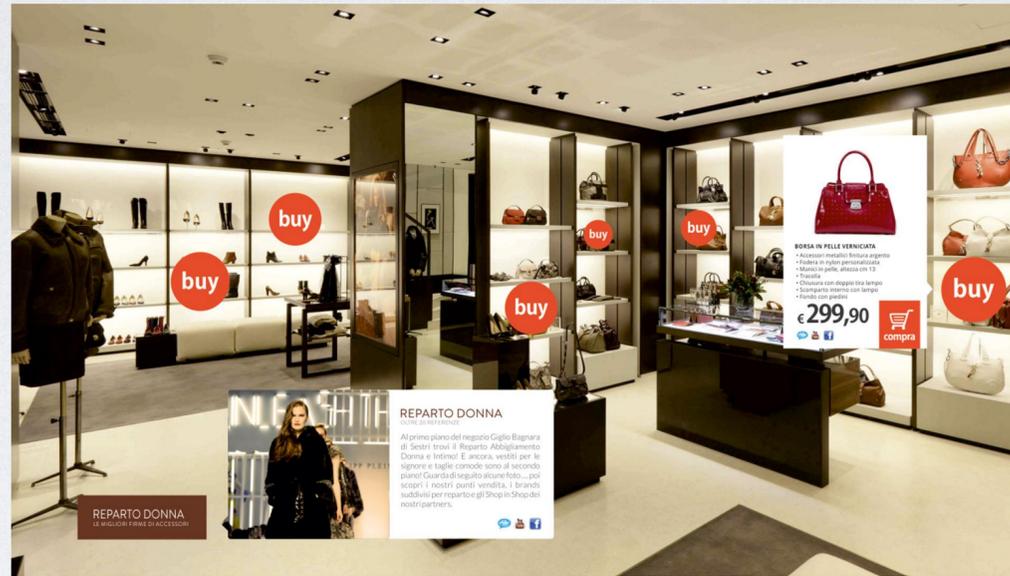
Virtuelle Realität (VR) bezieht sich auf eine Simulation einer dreidimensionalen Umgebung, in der Benutzer selbstständig interagieren können als ob sie in dieser Umgebung physisch präsent wären.

WO KANN MAN VR EFFEKTIV EINSETZEN?

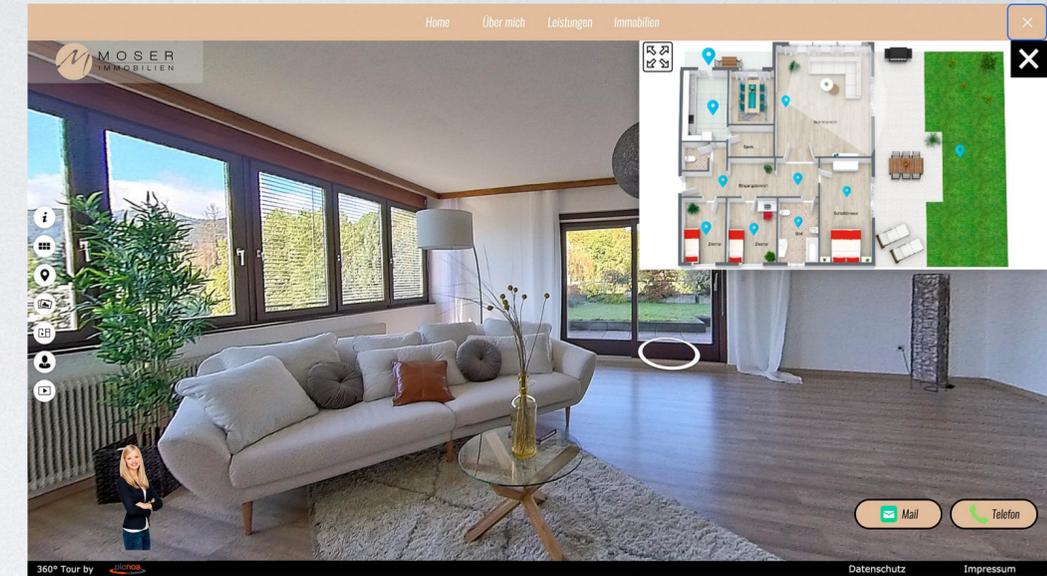
Tourismus



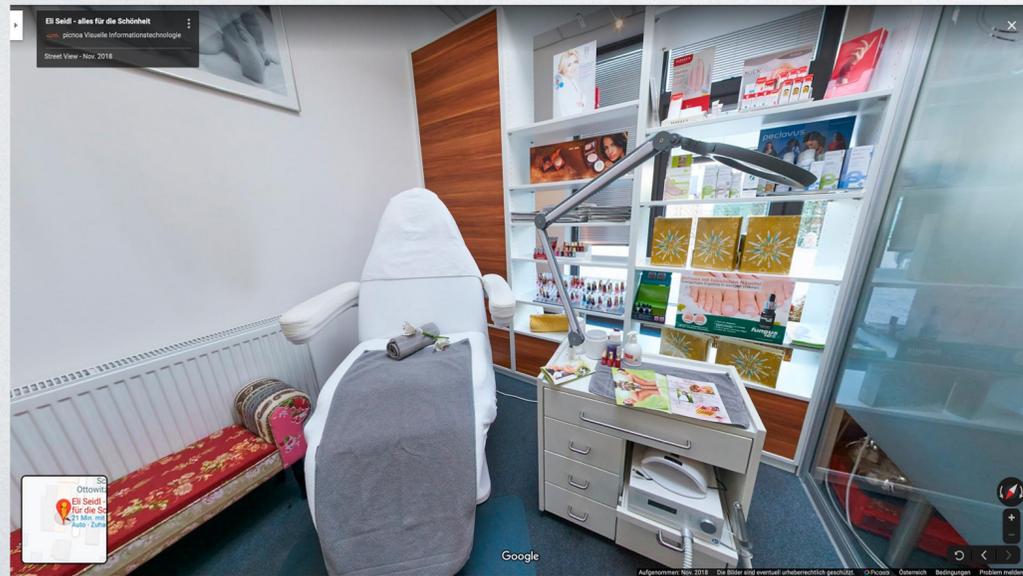
Handel



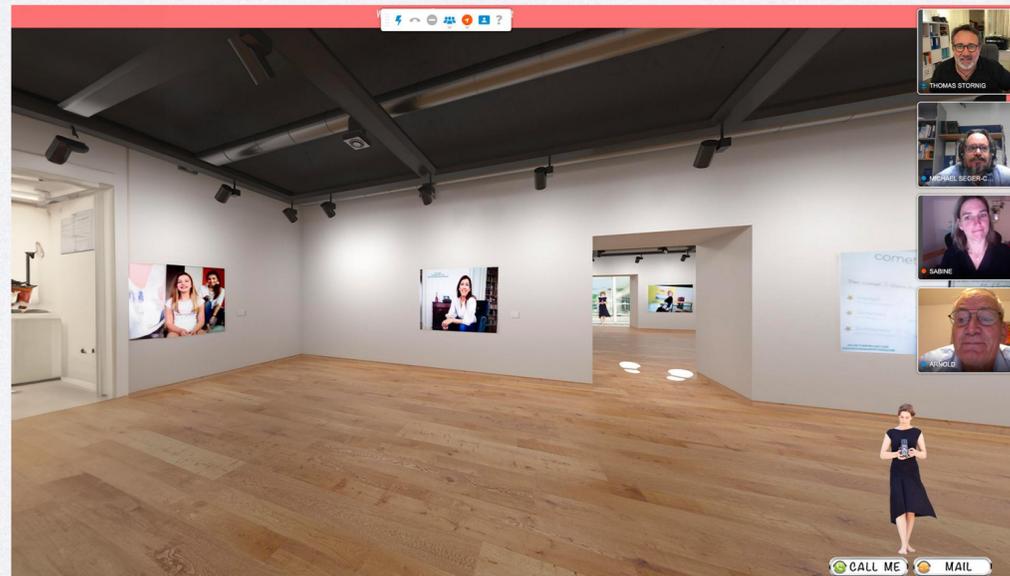
Immobilien



Dienstleistungen



Galerie



Museum



VIRTUAL REALITY

- Hohe Aufmerksamkeit
- Längere Verweilzeiten
- Der Spieltrieb des Menschen wird angeregt
- Präsenz bei VR Spielkonsolen u. VR Brillen User
- Multimediale Inhalte
- Reservierungs- u. Shopsystem
- Fotos, Videos
- Live View



VIRTUAL REALITY UND KI

- KI steigert die Interaktivität in VR durch realistische Charaktere und Umgebungen.
- Personalisierte VR-Erlebnisse passen sich den Vorlieben des Nutzers an.
- Beispiel: KI gesteuerte NPCs (*Non-Player Characters*), die dynamisch auf Nutzer reagieren.



29.05.2017 | 10:47 Uhr

Virtual Reality: Kunden wollen „mittendrin“ sein

Teilen Teilen Twittern Teilen E-Mail Drucken



52 Prozent der Kunden, die selbst schon mindestens einmal VR genutzt haben, würden einen Händler mit VR-Anwendung bevorzugen

Virtual Reality (VR) hat das Potenzial, den (Online-)Handel grundlegend zu verändern. elaboratum New Commerce Consulting hat Endnutzer befragt, wie und warum sie die Vorteile eines virtuell aufgewerteten Einkaufserlebnisses in Anspruch nehmen und untersucht, warum aktuelle Konzepte noch oft am Bedarf des Kunden vorbei gehen.

Wann nutzen Kaufinteressenten Virtual Reality? Wo und warum? Welche Mehrwerte erwarten sie durch eine VR-Anwendung und welche Einflüsse sorgen dafür, VR zu akzeptieren oder abzulehnen? In der unabhängigen Studie „Virtual Reality im (Online-)Handel“ untersucht elaboratum New Commerce Consulting das Potenzial von VR-Anwendungen im Handel und hat dazu rund 1.000 Internetnutzer befragt.

Kunden wollen virtuelle Einkaufshilfe

54 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sie sich durch VR ihr gewünschtes Produkt besser vorstellen können. 50 Prozent geben an, dass ihnen dadurch auch wichtige Entscheidungen zum Produkt leichter fallen

Anzeige



STUDIEN



Jeder Dritte würde für nachhaltige Produkte mehr zahlen

Nachhaltigkeit kostet Geld. Doch wie steht es um die Zahlungsbereitschaft von Konsumenten und die

Arbeiten in der virtuellen Welt

Business-Avatar, 3-D-Shopping oder Kunden empfangen im virtuellen Büro: Klingt nach Science-Fiction, ist aber schon Wirklichkeit.

In den nächsten Monaten und Jahren wird die Arbeit noch ein Stück virtueller. Davon ist Digitalisierungsexperte Gerhard G.

Stockinger überzeugt. Videokonferenzen waren erst der Anfang. Jetzt geht es um den perfekten Business-Avatar und 3-D-Anwendungen.

Der Markt entwickle sich rasant weiter. „Wir sind an einem Punkt, an dem Technologien explodieren“, sagt Stockinger. Mitarbeiter werden in virtuellen Räumen eingeschult und mit Kunden wird via Hologramm an neuen Ideen

gearbeitet. Häufig passiert das mit speziellen Brillen, die bald ähnlich wie das Smartphone zu einem Massenprodukt werden sollen.

Eintauchen in unterschiedliche Realitäten

Unterschieden wird dabei zwischen Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Mixed Reality (MR). Bei Virtual Reality taucht man mit Brille komplett in die virtuelle Welt ein und schließt die eigene Umgebung aus. Bei Augmented Reality ist man direkt vor Ort und blendet via Handy oder Brille Zusatzinformationen ein. Die Umgebung wird miteinbezogen, zum Beispiel das eigene Büro, ein Geschäft oder die Betriebshalle, in der die neue Maschine steht. Beide Technologien können auch kombiniert werden. Das eröffnet ganz neue Möglich-



„Wir sind jetzt an dem Punkt angelangt, an dem neue Technologien explodieren.“

Gerhard G. Stockinger, Spezialist für IT, Digitalisierung und Prozesse

TOOL-TIPPS

Lust aufs Ausprobieren? Unternehmer können diese Tools bereits jetzt im Alltag einsetzen:

- Spatial.io – virtueller Meetingplatz, Avatare können nach dem eigenen Foto erstellt werden.
- Breakroom – digitale Lösung für große Veranstaltungen wie

Messen, Konferenzen, Konzerte.

- Glue.work – europäische Lösung für virtuelle Meetings und Präsentationen.
- Matterport – 3-D-Erfassung und Begehung von Räumen etwa für Immobilien, Autohäuser, Geschäfte oder im Tourismus.

keiten der Präsentation quer durch alle Branchen. Nur einen Haken gibt es: Für alle Technologien ist eine Glasfaser-Verbindung der Mindeststandard.

Zeigen statt erzählen

Kundengespräche werden durch Virtual oder Augmented Reality noch anschaulicher. Dinge am Objekt können leichter erklärt werden.



Schulungen

Direkt am Objekt, aber virtuell, Baustellenbesichtigungen oder Fehleranalysen.

Virtuelle Meetings mit Kunden und Mitarbeitern

Amerikanische Firmen verzichten sogar auf Bürogebäude, stattdessen arbeitet jeder im Homeoffice und steigt für die Arbeit ins virtuell eingerichtete Büro ein.

Online 3-D-Shopping

Onlineshops und Geschäfte werden durch 3-D-Shops ergänzt.

Webseiten mit 3-D erlebbar machen

als ergänzende Erlebniskomponente.

360-Grad-Rundgänge

Restaurants und Lokale präsentieren – Tischnummern können gezeigt und direkt reserviert werden, rund um die Uhr Schauräume ansehen, Kunden oder Mitarbeiter vor dem Besuch mit dem Betriebsgelände vertraut machen.

Kunden wollen virtuelle Einkaufshilfe

54 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sie sich durch VR ihr gewünschtes Produkt besser vorstellen können. 50 Prozent geben an, dass ihnen dadurch auch wichtige Entscheidungen zum Produkt leichter fallen würden. 36 Prozent würden einen Händler bevorzugen, der eine VR-Anwendung anbietet. Und 39 Prozent sind der Meinung, die Nutzung der VR-Anwendungen hätte auch direkten Einfluss auf ihre Kaufentscheidung. Die Chancen, die sich bei einem Einsatz von VR für Händler ergeben, gehen also weiter als die Unterstützung beim Kauf an sich.

METaverse: NEUES POTENZIAL FÜR DEN DIGITAL COMMERCE

von Florian Treiß am 27. September 2023 in Animal Crossing, Cag Gemini, Forever 21, Givenchy, Gucci, Highlight, KPMG, Metaverse, News, Roblox, Trends & Analysen, Virtual Fashion



Neun von zehn Verbrauchern sind neugierig auf das Metaverse. Und sieben von zehn Unternehmen glauben, dass Immersive Experiences und das Metaverse künftig wichtige Anwendungen sein werden, um sich auf dem Markt abzusetzen, insbesondere in Hinblick auf die Customer Journey. Das zeigt eine weltweite Befragung von Cag Gemini Research, die dem Metaverse zugleich ein hohes Potenzial für ein verbessertes Einkaufserlebnis bescheinigt.

Doch was genau ist eigentlich das Metaverse? Cag Gemini definiert es als ein immersives Erlebnis und ein „Netzwerk virtueller Welten“, in dem Menschen über ihre Avatare spielen, einkaufen, Kontakte knüpfen, lernen und arbeiten können. Mithilfe eines offenen Netzwerks dezentraler virtueller und hybrider 3D-Räume existiert das Metaverse demnach parallel zur physischen Welt und ist darauf ausgelegt, digitale und reale Online-Erfahrungen unabhängig von Ort, Zeit oder Gerät zu kombinieren.

Während der Zugang zu Metaverse-artigen Plattformen heute meist noch über Smartphones und Computer erfolgt, dürfte das Thema an Fahrt gewinnen, sobald Mixed-Reality-Brillen zum Standard werden, mit denen die Nutzer direkt in virtuelle Welten abtauchen können.

HAT DIE VIRTUAL REALITY ZUKUNFT?



ALIBABA ERÖFFNET ERSTEN VR SHOP?



ALIBABA ERÖFFNET ERSTEN VR SHOP?



Russische Kühe sollen dank VR-Brillen mehr Milch geben

Forscher wollen Milchkühen vorgaukeln, sie stünden auf einer grünen Weide statt in einem russischen Stall. Das Experiment mit Virtual-Reality-Brillen hat einen politischen Hintergrund.

26.11.2019, 17.38 Uhr



Durch die virtuelle Brille wirkt das Gras gleich grüner Foto: Pressestelle des 6. Internationalen Agrarindustrie- und Milchforums/ DPA

Experten spekulieren bereits auf eine deutlich steigende Milchproduktion: Virtual-Reality-Brillen (VR) sollen Kühen in Russland weismachen, sie grasen selbst im Winter auf einer sattgrünen Wiese. Ein Prototyp der Brillen werde bereits in einem Bauernhof nahe der russischen Hauptstadt getestet, teilte das Landwirtschaftsministerium des Gebiets Moskau mit.

VR-Brillen erzeugen ein sehr realitätsnahes Rundumbild. So lässt sich beispielsweise simulieren, wie ein Vogel zu fliegen oder Teil eines Computerspiels zu sein. Polizisten und Feuerwehrleute bereiten sich mit der Technik auf mögliche Notfälle und Terrorangriffe vor.

Friedlichere Kühe

Die Brillen aus dem aktuellen Experiment sind eigens an die Kopfform der Kühe angepasst worden. Erste Tests zeigten bereits Erfolge. Die Kühe spürten weniger Angst, und die Herde sei insgesamt friedlicher. Eine groß angelegte Studie soll nun klären, ob sie dadurch auch mehr Milch geben. Laut Ministerium ließen sich noch nie da gewesene Ergebnisse bei der Milchproduktion erzielen.

Russland investiert seit einigen Jahren stärker in die heimische Milchindustrie, weil seit den Sanktionen auf diverse EU-Lebensmittel das Angebot an Milchprodukten eingebrochen ist. Das Land solle durch neue innovative Methoden auf dem internationalen Markt mithalten können, so das Ministerium. Einige russische Betriebe setzen bereits auf klassische Musik, um die Milchproduktion bei Kühen anzuregen. **S**

koe/dpa

Russische Kühe sollen Milch geben

Forscher wollen Milchkühen vorgaukeln, sie seien in einem russischen Stall. Das Experiment mit Virtual-Reality-Hintergrund.

26.11.2019, 17:38 Uhr



Durch die virtuelle Brille wirkt das Gras gleich grüner. Foto: Pressestelle des B.

Experten spekulieren bereits auf eine Steigerung der Milchproduktion: Virtual-Reality-Brillen in [Russland](#) weismachen, sie grasten auf einer virtuellen Wiese. Ein Prototyp der Brillen wurde in einem Stall nahe der russischen Hauptstadt getestet, teilte das russische Landwirtschaftsministerium des Gebiets Moskau mit.



koe/dpa

tätsnahes Rundumbild. So lässt sich die Illusion eines Vogel zu fliegen oder Teil eines virtuellen Einsatzes und Feuerwehrleute bereiten sich auf mögliche Unfälle und Terrorangriffe vor.

Die Experimente sind eigens an die Kopfform der Kühe. Die Tests zeigten bereits Erfolge. Die Forscher hoffen, die Herde sei insgesamt friedlicher. Sie wollen klären, ob sie dadurch auch mehr Milch produzieren können. Bis sich noch nie da gewesene Ergebnisse erzielen.

Die russische Milchproduktion ist durch den Handel mit den EU-Ländern stärker in die heimische Markt eingebrochen ist. Das Land sollte sich auf dem internationalen Markt behaupten. Einige russische Betriebe setzen auf die Milchproduktion bei Kühen

WIE KI 360°-PRÄSENTATIONEN INTERAKTIVER UND BENUTZERFREUNDLICHER GESTALTET



Handtasche

LIEBESKIND BERLIN



Praktisches Essential durchdacht und elegant

Zeitlos, klassisch und elegant begeistert als alltägliche Begleiterin. Das weiche und natürlich genarbte Glattleder, ihre durchdachte Aufteilung und Funktionalität verleihen dieser Umhängetasche aus Leder einen zeitlos-urbanen Charme. Ob zur nächsten Vernissage oder als Begleiterin auf schicken Events, aufgrund ihres abnehmbaren Schulterriemens lässt sich die Tasche kurzerhand in eine kompakte und edle Clutch verwandeln.

Obermaterial: 100% Rindsleder; Innenmaterial: Baumwolle



€ 139,90,-



Eine 360° Produktpräsentation ermöglicht dem Besucher, ein Produkt interaktiv aus allen Blickwinkeln zu betrachten, indem es in eine Rotation um die vertikale und horizontale Achse gedreht werden kann.

3D – 360° PRODUKTPRÄSENTATIONEN

- Hebt sich klar von der Masse ab
- Klare und detaillierte Ansichten
- Selbstständig von allen Seiten betrachten
- Direkte Kommunikation mit dem Produkt
- Schafft Klarheit, Sicherheit u. Vertrauen
- Funktionen können verständlich erklärt werden
- Weniger Retouren im Onlinehandel



3D – 360° PRODUKTPRÄSENTATIONEN

- Längere Verweilzeiten
- Der Spieltrieb des Menschen wird angeregt
- Technologische Dominanz
- Begeisterte Kunden empfehlen gerne weiter
- Ein professioneller Auftritt fördert die Kaufbereitschaft

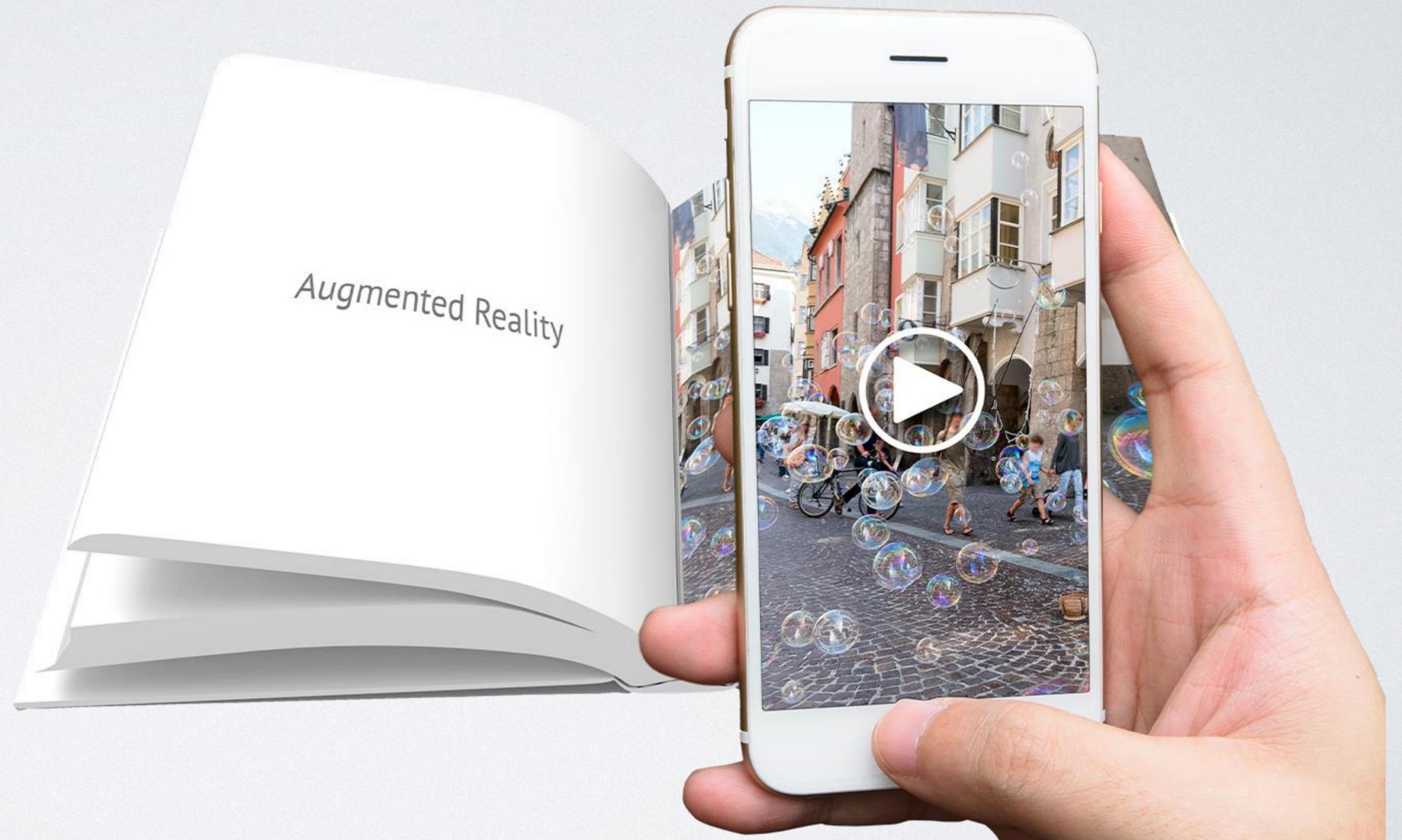


3D – 360° PRODUKTPRÄSENTATIONEN VORTEILE UND MÖGLICHKEITEN MIT KI

- KI ermöglicht die Echtzeitanalyse von Nutzerverhalten in 360° Erlebnissen.
- Automatische Anpassung von Präsentationen basierend auf Nutzerinteressen.
- Beispiel: Produktdetails werden angezeigt, wenn Nutzer länger auf ein Objekt blicken.



NUTZUNG VON KI ZUR VERBESSERUNG DER QUALITÄT UND PRÄZISION VON AR-INHALTEN



WAS IST AR?



Augmented Reality ist eine Technologie, die virtuelle Elemente in die reale Welt einbettet, indem sie auf einem Gerät wie einem Smartphone, Tablet oder einer AR-Brille angezeigt werden.

WO KANN MAN AR EINSETZEN

- Visitenkarten
- Flyer, Prospekte, Poster, Roll Up
- Postkarten, Glückwunschkarten
- Werbeeinschaltungen
- Werbeartikel
- Speisekarten
- Schaufenster
- Fahrzeugbranding
- Messestände
- usw



AUGMENTED REALITY VORTEILE

- Hohes Benutzerengagement
- Differenzierung von der Konkurrenz
- Erweiterte Produktpräsentation
- Messbare Ergebnisse
- Virales Potenzial
- Kundenerlebnis verbessern
- Gezielte Werbung
- Kunden zum Verkäufer machen



AUGMENTED REALITY UND KI

- KI verbessert die Präzision von AR-Inhalten durch Objekterkennung in Echtzeit.
- Nahtlose Integration von virtuellen Objekten in die reale Welt.
- Beispiel: Interaktive AR-Produktanzeigen, die auf Benutzeraktionen reagieren.

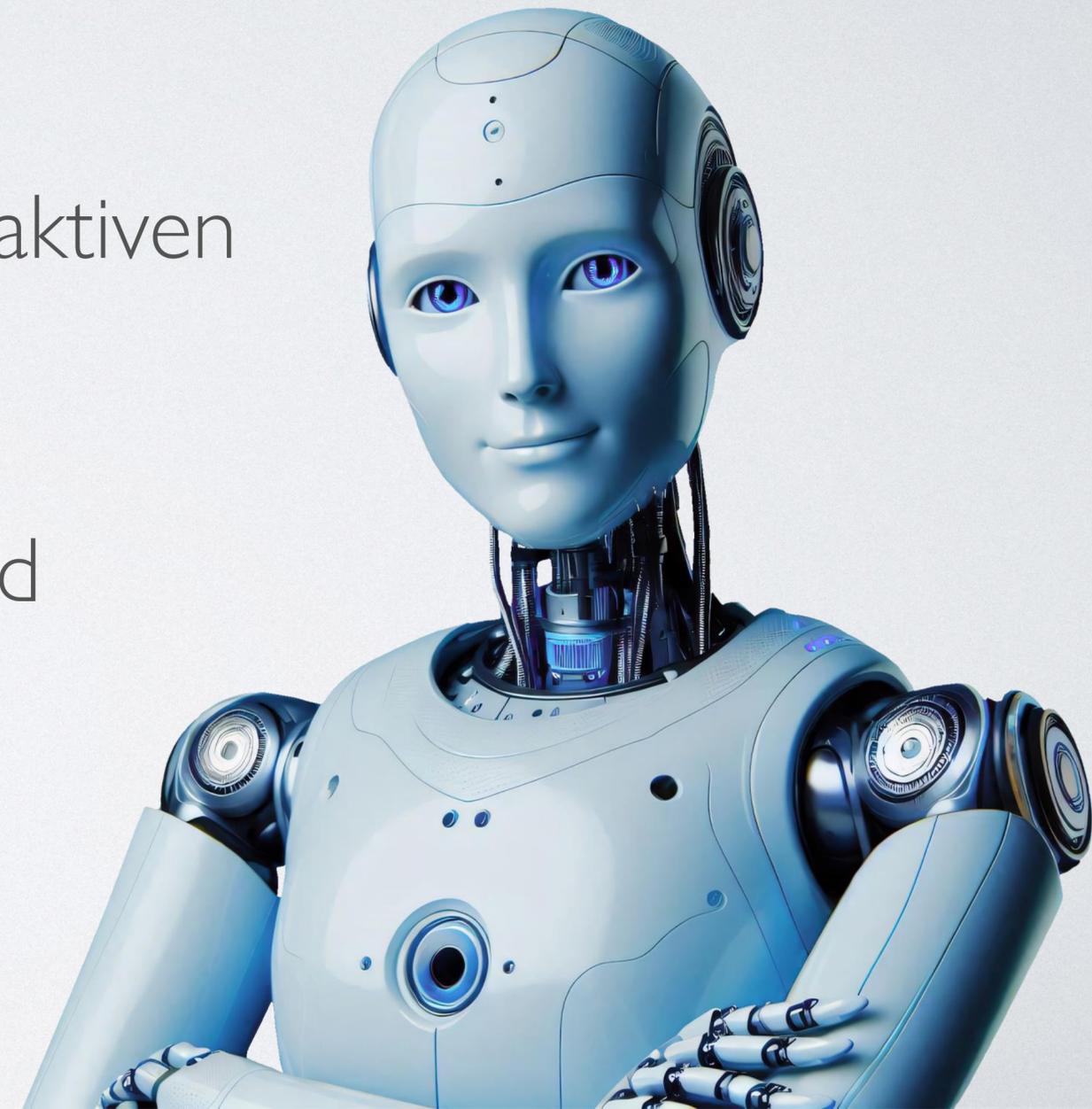


Beispiel:



VERBINDUNG DER TECHNOLOGIEN DURCH KI

- KI dient als Schnittstelle zwischen VR, 360°-Erlebnissen und AR.
- Verschmelzung von virtuellen Welten, interaktiven Inhalten und Echtzeitinformationen.
- Beispiel: Ein kombinierter Einsatz von VR und AR, unterstützt durch KI, für nahtlose Übergänge.



AUSBLICK: DIE ZUKUNFT MIT KI

- KI wird immersive Technologien weiter revolutionieren.
- Zukünftige Anwendungen: Medizinische Schulungen, virtuelle Touren, intelligente Verkaufsberatung.
- Die Vision: vollständig personalisierte, immersive Erlebnisse in allen Lebensbereichen.



SCHLUSSFOLGERUNG

In einer visuellen Welt, in der Kunden durch visuelle Reize stark beeinflusst werden, spielt Künstliche Intelligenz eine zentrale Rolle.

Sie ermöglicht es, Verkaufsstrategien dynamisch an das Kundenverhalten anzupassen.

Durch den Einsatz von AR, VR und KI im Vertrieb verbessert man nicht nur das Kundenerlebnis, sondern arbeitet auch effizienter und erzielt eine stärkere Differenzierung im Wettbewerb.



Gestalten Sie einzigartige Erlebnisse, indem Sie mithilfe von KI Kunden auf emotionale Weise in Ihre Produkte oder Marke einbinden.

Nutzen Sie KI, um personalisierte, interaktive Inhalte zu schaffen, die wirklich begeistern.

Wer nur in Fußstapfen tritt, kann nie überholen!



Herzlichen Dank!

FRAGEN?!

KONTAKT:



Alibaba VR Shop



mehr Milch durch VR



AR Beispiel



Herzlichen Dank!



Kontakt

picnoa

diginoa
ONLINE

