

Experteninterview

Virtual Reality im Messecheck. Eignet sich die neue Technologie für den Messe-Einsatz?

DAZU HABEN WIR BEN GONDEK, CEO DER NEWROOM MEDIA GMBH, BEFRAGT:

Welche Einsatzmöglichkeiten der VR-Technologie siehst Du im Messeumfeld generell?

Die Einsatzgebiete sind vom Experience-Marketing bis zur spektakulären Produktpräsentation vielseitig zu sehen.

Der große Vorteil ist, dass auch auf kleinem, teurem Messeraum emotionale Erlebnisse geschaffen werden. Kunden werden auf eine Reise geschickt oder erleben ein Abenteuer. Produkte, die aufgrund von begrenzten Platzkapazitäten nicht ausgestellt werden können, werden realitätsgetreu dem Besucher vorgestellt. Neben Produkten wie Fahrzeugen, Immobilien, Schiffen, Maschinen in verschiedenen Konfigurationen muss ich auch direkt an Eure LA CONCEPT VR-Präsentation der **LUMIN6** und **8**-Messestände denken. Dem Kunden werden verschiedene Optionen aufgezeigt und er kann vor der eigentlichen Produktion über seinen Stand laufen.

Kann VR auch bei HR-Messen eine relevante Technik sein?

Selbstverständlich. Natürlich eignen sich „Erlebnisberufe“ wie Berufstauscher, Schifffahrt, Luftfahrt oder Industriekletterer wesentlich besser als eine Stelle in der Verwaltung. VR ermöglicht ein echtes Eintauchen, und hier sehen wir bei Newroom Media nicht nur die freie Wirtschaft, sondern auch Jobs im Sanitätsdienst, bei der Polizei oder der Bundeswehr.

Es sind einfache 3D-Videos oder auch aufwendige interaktive VR-Anwendungen, die unter die Haut gehen und nicht nur Emotionen auslösen.

Je nach Ziel und Nutzen sollte im Individualfall das Budget bzw. das Konzept festgelegt werden.

Welche VR-Technologie kannst Du für Messen empfehlen? Was hältst du von Vive, Rift, Cardboard oder Samsung Gear?

Dies ist abhängig vom Anwendungsfall zu sehen. Auf dem Messestand empfiehlt sich für ein perfektes, komplexes Virtual Reality-Erlebnis oftmals eine Brille wie die Vive oder die Rift.

Generell halten wir aber auch die kostengünstigeren Cardboardlösungen für spannend. Es kann ein physisches Werbemittel mitgegeben werden - und die VR-Anwendung ist als der verlängerte, virale Arm zu betrachten. Besucher werden nach der Messe zu Markenbotschaftern. Die Begeisterung wird mit den Cardboardbrillen zu Arbeitskollegen und Vorgesetzten transportiert.

Kann man VR-Anwendungen für den Retail- und Messebereich kombinieren, um so einen Zweitnutzen zu erzielen?

Ja klar. Bei den großen Playern sehen wir dies ohnehin. Ob Mercedes ein Auto im Showroom oder auf der IAA präsentiert, darf für den Kunden in unseren Augen keinen großen Unterschied machen.

„Es sind einfache 3D Videos oder auch aufwändige interaktive VR Anwendungen, die unter die Haut gehen“

Auch auf kleineren Messen und Messeständen können VR Anwendungen zum Einsatz kommen, die ansonsten Anwendung im Retail oder im Außendienst finden. Virtual Reality kann platzsparend eingesetzt werden. In unserem Kölner Digital Showroom haben wir zum Beispiel einen kleinen **LUMIN6**-Messestand stehen, um unseren Kunden zu zeigen, wie einfach die Technologie auch in Systemmessestände verbaut wird.

Wie glaubst Du, wird in 5 Jahren VR bei Messen zum Einsatz kommen?

Das ist eine spannende Frage aufgrund der rasenden technologischen Entwicklung in den letzten Jahren. VR wird zunehmend an Bedeutung gewinnen, die Anwendungsentwicklung wird einfacher, die Anzahl der vorhandenen 3D-Videos wird steigen und eine Zweitverwertung der Videos auf dem Messestand schon das Gesamtbudget.

Heute können sich Firmen mit dem smarten Einsatz von VR-Lösungen, zum Beispiel in der Produktpräsentation, von ihren Mitbewerbern abheben. In fünf Jahren wird der VR-Einsatz in vielen Branchen zum guten Ton gehören.

Dies gilt meiner persönlichen Ansicht nach übrigens auch für den Recruitingbereich.

Wir bedanken uns für Deine Zeit und das Feedback zu unseren Fragen!

Ben ist ein kreativer Digital Lifestyle-Liebhaber. Seit 2008 berät und begleitet er Kunden für Newroom Media in internationalen Projekten jeglicher Größenordnung.

„Die Generationen unter 30 Jahren leben den Digital Lifestyle. Sie sind die Kunden und Mitarbeiter der Gegenwart und Zukunft. Fast alle Unternehmen haben die Challenge, dass sich die private Gesellschaft schneller als die Unternehmenskulturen digitalisiert hat.“

Unter www.newroom-media.de finden Sie weitere Informationen zum Thema digitale Transformation - und wenn Sie in Köln einen persönlichen Einblick in den neuen digitalen Showroom erhalten wollen, kontaktieren Sie Ben unter ben.gondek@newroom-media.de



Ben Gondek
CEO