

Virtual Reality & Onlinemarketing

Stand: 04.07.2022

Virtual Reality: Was bedeutet das?

„Virtual Reality“ bedeutet auf Deutsch virtuelle Realität. Gemeint ist eine Technologie, mit der eine **künstliche Welt simuliert** wird. Die Technologie überträgt Körper- und Kopfbewegungen sowie Blickwinkel in die Darstellung: So wirkt die virtuelle Welt real.

Die VR-Technologie kann auch für das Onlinemarketing verwendet werden. Einige Unternehmen versuchen bereits, auf diesem Weg zu werben.

Was genau ist Virtual Reality

In der virtuellen Realität (VR) sollen sich die Nutzer genauso bewegen können wie in der echten Welt: Auch hier **interagieren sie mit Personen und nutzen Objekte**. Die Spezialtechnologie ermöglicht es, dass die Nutzer die virtuelle Umgebung als real wahrnehmen – auch wenn diese in keiner Weise der Realität entspricht. So schafft die Technologie beliebige Vorstellungen und fantasievolle Orte, die erlebt werden können.

Die Technologie der Virtual Reality

Hierbei handelt es sich um eine **VR-Engine**, also einer Software, die die Daten in ein besonderes Bildformat transferiert. Sie werden mit **visuellen Endgeräten** transportiert, die wiederum die Körperbewegungen und Blickrichtungen aufnehmen und in die Darstellung einfließen lassen. Das **Head-Tracking** wird außerdem mithilfe von Datenhandschuhen oder einer VR-Kamera umgesetzt.

Wozu ist VR nützlich?

Die Technologie wird in mehreren Bereichen genutzt:

- **im E-Commerce:**

Im virtuellen Showroom wird Zielgruppen eine neue User-Experience geboten: Hier können sie sich einen realistischen Eindruck von den Produkten machen. Im Produkt-Konfigurator können die Kunden am 3D-Modell experimentieren. Diese Angebote sollen die Absatzzahlen steigern.

- **im Gaming:**

Computerspiele nutzen die Technologie, um ihren Konsumenten eine faszinierende Erfahrung zu bieten.

- **für Werbefilme:**

360-Grad-Videos transportieren Werbebotschaften eindrucksvoll.

- **in Medien:**

Auch TV-Sender bieten die Möglichkeit, ihre Inhalte mit einer VR-Brille zu konsumieren.

- **in der Wissenschaft:**

Hier wird die VR-Technologie vor allem für Simulationen verwendet.

Virtual Reality für Onlinemarketing nutzen?

Für das Onlinemarketing eröffnet die Technologie ganz neue Möglichkeiten: Durch eine intensive Customer-Experience lässt sich der Werbeeffekt und letztendlich der **kommerzielle Erfolg verbessern**: Nicht nur der Produktverkauf wird gefördert, sondern auch die **Kundenbindung**. Durch die eindrücklichen Darstellungen mit der VR prägt sich die Marke und die Werbebotschaft besser ein.

Vor allem virtuelle Showrooms sorgen durch ihren **interaktiven Ansatz** für positive Resonanzen unter den Nutzern: Autohersteller zum Beispiel bewerben so ihre Modelle, Reiseanbieter präsentieren ihre Anlagen und Hotelzimmer und vieles mehr. 360-Grad-Videos verzeichnen hier große Erfolge. Auch komplexe Inhalte lassen sich durch die **Vielseitigkeit der VR** gut darstellen – und werden so leichter von den Kunden verstanden, aufgenommen und abgespeichert.

Onlinemarketing mit VR

Mit der Technologie der Virtual Reality können Nutzer virtuelle Welten wie echte erleben. Körper-, Kopf- und Augenbewegungen werden registriert und in die Darstellung übertragen. Die virtuelle Umgebung wirkt auf diese Art und Weise real. So können gezielte Eindrücke und Botschaften transportiert werden. Das bietet **neue Möglichkeiten für das Onlinemarketing**. Werbebotschaften werden in faszinierenden Bildern, technischen Erlebnissen oder informativen Reisen vermittelt.

Unternehmen erreichen in Form von VR ihre Zielgruppe **nachhaltig**. Die Technologie der Virtual Reality ist so vielseitig, dass sie für fast alle Bereiche genutzt werden kann – mit wahrnehmbaren, positiven Effekten.