

Andreas Kohne · Ralf H. Komor

Marketing und Vertrieb im Metaverse

Das Metaverse verstehen und
gewinnbringend nutzen: Einführung
für Unternehmen



Springer Gabler

Marketing und Vertrieb im Metaverse

Andreas Kohne · Ralf H. Komor

Marketing und Vertrieb im Metaverse

Das Metaverse verstehen und
gewinnbringend nutzen: Einführung
für Unternehmen



Springer Gabler

Andreas Kohne
itkon
Hessisch Oldendorf, Deutschland

Ralf H. Komor
Komor Interim Management
Ladenburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-44956-8 ISBN 978-3-658-44957-5 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-44957-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2024

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Imke Sander

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Geleitwort Sebastian Klöß, Bitkom

Ein Buch über Marketing und Vertrieb im Metaverse im Jahr 2024 – ist das nicht zwei Jahre zu spät? Sicher nicht. Der große Hype um das Metaverse mag vorbei sein. Genau deshalb ist der Zeitpunkt ideal, um zu schauen, was das Metaverse tatsächlich ist, welchen Beitrag zum Marketing und Vertrieb es leisten kann und wie Unternehmen es für ihre Marketingstrategie nutzen können. Kurzum: Es ist die perfekte Zeit, um auf konkrete Möglichkeiten und weniger auf wolkige Zukunftsversprechen zu schauen.

Hinter dem Metaverse steht die Idee, das Internet um die dritte Dimension zu erweitern. Es soll in Echtzeit ablaufen, persistent sein, keine Teilnehmerbegrenzung kennen und die reale Welt mit der virtuellen Welt verschmelzen. Seine Schlüsseltechnologien sind schon heute verfügbar, etwa Augmented und Virtual Reality, künstliche Intelligenz, 3D-Objekte. Das Metaverse an sich hingegen ist noch eine Zukunftsvision.

Darin mag ein Grund liegen, warum es für viele so schwer greifbar ist. Es ist keine fertige App, die man herunterladen kann, und vieles von dem, was als vermeintliches Metaverse gezeigt wurde, waren comichaft Avatare in leeren 3D-Welten, die Enttäuschungen hervorriefen.

Aber auch das Internet in seiner Frühphase sah oft wenig ansprechend aus, und die „Für was benötigt man das überhaupt?“-Frage wurde ihm angesichts von nerdigen Foren und blinkenden Gästebuchseiten ebenfalls gestellt. Heute wissen wir: Das Internet hat unser Leben radikal verändert. Das Metaverse wird es genauso tun, auch wenn wir es dann möglicherweise nicht mehr Metaverse nennen werden. Das Internet nennt heute ja auch niemand mehr Cyberspace und Datenautobahn.

In diesem Sinne: auf ins Metaverse – und viel Spaß bei der Lektüre dieses Buches!

Sebastian Klöß
(Bereichsleiter Consumer Technology,
AR/VR & Metaverse bei Bitkom)

Geleitwort Björn Radde, T-Systems

Das Metaverse ist gekommen, um zu bleiben! Es wird die Art und Weise, wie wir kommunizieren, arbeiten, einkaufen und unsere Freizeit gestalten, grundlegend verändern. Hier treffen Innovation und Kreativität aufeinander, um neue Horizonte zu erschließen.

Der Einfluss des Metaverse auf das digitale Marketing ist dabei beinahe grenzenlos und in vielen Aspekten heute noch kaum vorstellbar. Es wird jedoch entscheidend sein, die einzigartigen Möglichkeiten zu verstehen, die sich für Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B) bieten.

Im B2B-Kontext ermöglicht das Metaverse nicht nur eine neuartige Form der Zusammenarbeit und des Austauschs. Geschäftsreisen könnten durch virtuelle Meetings ersetzt werden, in denen Teams aus verschiedenen Teilen der Welt in einem gemeinsamen virtuellen Raum interagieren können.

Die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Produkte erstellen, wird durch die Virtualisierung von Prozessen neu definiert. Im sogenannten Industrial Metaverse werden Produktionsprozesse optimiert und völlig neue Produkte geschaffen.

Für B2C-Unternehmen eröffnet das Metaverse ungeahnte Chancen, die Kundenbindung zu stärken und einzigartige Markenerlebnisse zu schaffen. Vorstellungen werden lebendig, wenn Kunden Produkte nicht nur betrachten, sondern in einer virtuellen Umgebung erleben können. Bevor ein Produkt überhaupt produziert wird, können Kunden es erleben. Zum Beispiel beim Auto- oder Immobilienkauf.

Die Integration von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) wird dann zu einem mächtigen Werkzeug, um die emotionale Verbindung zwischen Marke und Verbraucher zu vertiefen. Lightweight XR-Brillen werden dafür sorgen, dass sich das Metaverse in der realen Welt stets um uns herum befindet. Klassische Plakate werden in einem Metaverse zur personalisierten Werbefläche. Wir werden uns mit computergenerierten Avataren unterhalten können, die uns als Verkäufer in einem Ladengeschäft jede Produktinformation geben können. In der Zukunft werden wir auch virtuelle Influencer treffen und uns über unser Lieblingsprodukt austauschen.

Bei all der Euphorie darf aber eines nicht vergessen werden: die technische Teilhabe. Noch sind VR-Brillen teuer und XR-Brillen werden wahrscheinlich noch teurer sein. Diese Technologie kann sich nicht jeder in einer Gesellschaft leisten. Wir müssen dafür Sorge tragen, dass auch die Schwachen einer Gesellschaft in die Möglichkeit der Metaverse-Nutzung kommen können und dabei niemanden ausgrenzen.

Alles in allem wird das Metaverse eine aufregende Welt sein. Dieses Buch bietet einen Einblick in die vielfältigen Möglichkeiten des digitalen Marketings in den Bereichen B2C und B2B. Möge dieses Buch nicht nur ein Verständnis für die Zukunft der Technologie schaffen, sondern auch dabei helfen, die Weichen für ein innovatives und erfolgreiches Marketing zu stellen. Denn das Metaverse ist gekommen, um zu bleiben!

Björn Radde
(Vice President Digital Marketing &
Innovation bei T-Systems)

Vorwort

Das Metaverse ist spätestens seit der Umbenennung des Facebook-Konzerns in Meta in aller Munde. Doch schon lange davor begeisterten sich die beiden Autoren für die Themen Augmented und Virtual Reality (AR und VR).

Andreas Kohne begleitet bereits seit 2017 seine Kunden bei der Umsetzung von AR- und VR-Anwendungen. Zu Beginn waren dies oft Anwendung im Immobilienbereich, doch es folgten weitere teilweise große internationale Projekte in der Aviation-Branche, den fertigen Branchen sowie branchenübergreifende Projekte in den Bereichen Marketing und Vertrieb. Dabei reichten die Projekte von einfachen Produktkonfiguratoren über virtuelle Zwillinge bis hin zu komplexen Lernumgebungen und Messe-Events mit Gamification-Ansätzen. Andreas Kohne ist Gründungsmitglied des Arbeitskreises AR/VR/Metaverse beim Branchenverband Bitkom und leitete diesen über drei Jahre als Vorstandsvorsitzender.

Ralf Komor ist preisgekrönter B2B-Vertriebsexperte im Bereich Digitalisierung und setzt seit 2019 auf das Metaverse. Durch den visionären Einsatz von AR, VR und virtuellen Technologien in seinen Projekten beweist er seine Kompetenz. Als Leiter der Fachgruppe Vertrieb,