



© Screenshots youtube.com/CNET

Wenige User, mäßige Grafik und wenig zu tun – wer soll das Metaverse des Facebook-Konzerns Meta nutzen?

Jahres lag die Zahl der regelmäßigen Nutzer noch bei 300.000 Personen.

Mit dem Metaverse setzte sich zuletzt auch das deutsche Softwareunternehmen TeamViewer auseinander. Dort will man künftig auch auf Augmented bzw. Virtual Reality-Anwendungen setzen und hat eine Umfrage zum Thema in Auftrag gegeben. Fazit: Rund 70% der Bevölkerung haben ein schlechtes Verständnis vom Metaverse, was auch eine der Erklärungen dafür ist, warum die Nutzung hinter den Erwartungen liegt.

Wohin die Reise geht

Hendrik Witt, Chief Product Officer bei TeamViewer, schlägt einen Alternativentwurf vor und skizziert die Idee eines „Industrial Metaverse: „Während das an Verbraucher und Verbraucherinnen gerichtete Metaverse den Menschen in eine virtuelle Welt versetzt, digitalisiert das Industrial Metaverse Informationen und Daten.“ Unterstützt werden könne das etwa mit Augmented- und Mixed-Reality-Datenbrillen. So betrachtet, steht das Metaverse aber nicht für eine diffuse kommende Revolution, sondern für die digitale Unterstützung analoger Prozesse – oder einfach für Digitalisierung.

Wen interessiert's?

Virtuelle Welten sind eines der Heilsversprechen des digitalen Marketing – einzig die User fehlen noch.

••• Von Sascha Harold

GÖPPINGEN. Das Metaverse ist spätestens seit der Umbenennung des Facebook-Konzerns in „Meta“ in aller Munde. Vom großen Stellenabbau des Unternehmens blieb der Metaverse-Bereich verschont. Das, obwohl er außer Verlusten bisher nicht viel einbrachte. Meta-CEO Mark Zuckerberg setzt weiterhin auf

die Entwicklung der virtuellen Welt, und auch österreichische Unternehmen und Agenturen sind vom künftigen Nutzen der virtuellen Welten überzeugt.

Aus Marketing-Sicht ist das verständlich – wer will schon den nächsten großen Trend verpassen? Aktuell ist es mit diesem Trend jedoch noch nicht weit her. Hauptproblem: Es fehlen die User. Das IT-Fachma-

gazin *Golem* titelte im Oktober: „Das Metaverse ist ein simulierter Markt“ und spielte damit auf die gährende Leere in den virtuellen Welten an. Horizon Worlds, das Metaverse-Angebot von Meta, hat laut Berichten des *Wall Street Journal* sein Ziel monatlich aktiver User von ursprünglich 500.000 auf 280.000 nach unten korrigiert. Besonders pikant: Im Februar dieses

Business-Frühstück

Cloudservices im Marketing und die DSGVO.

WIEN. Am 1. Dezember organisiert der Dialogmarketing Verband (DMVÖ) ein Event zum Thema „Cloudservices im Marketing – DSGVO konform ja oder nein?“ Anlass ist unter anderem, dass eine Vergabekammer in Deutschland die Verwendung eines US-Cloudservices für nicht DSGVO-konform erklärt hat. Dem Thema werden sich heimische Marketer stellen müssen.

Im Zimmer Concept to work in der Wiener Piaristengasse diskutieren dazu Jürgen Bauer, Obmann der Fachgruppe Werbung Wien, Isabell Lichtenstrasser, Hornek Hubacek Lichtenstrasser Epler Rechtsanwälte, Jürgen Polterauer, CEO und Owner der Dialogschmiede, und Alexandra Vetrovsky-Brychta, Präsidentin des DMVÖ. (red)



© PantherMedia/hywardiscs

Wer Cloud-Services nutzt, sollte gut auf die DSGVO-Verträglichkeit achten.