

# EVENT

Meetings & Kongresse  
Events & Messen  
Technik  
Business Travel

CHF 16.00

Nr. 1  
März 2015

Das Schweizer Fachmagazin für MICE und Geschäftsreisen

## emotion



### MICE-Messen im Überblick Expo Mailand Neue Seminarhotels in der Schweiz Luzern im MICE Fokus

#### MEETINGS & KONGRESSE

Vom Baumhaus bis zum Luxushotel:  
Die Top-Destinationen

#### GESCHÄFTSREISEN

Viele Firmen spielen auf Risiko –  
das müssen Sie beachten

#### TECHNIK

Technik für alle Sinne: Wenn Realität  
und Virtualität verschmelzen





«Die Entwicklung mit der virtuellen Realität steckt noch in Kinderschuhen.»

MARIO HUGGLER, EXPOFORMER

# Neue Technik für alle Sinne

**AUGMENTED REALITY** Was passiert, wenn Realität und Virtualität ineinander verschmelzen? Wenn digitale Elemente plötzlich allgegenwärtig sind? Mario Hugger vom Messestandbauer EXPOformer zeigt das enorme Potenzial für die MICE- und Tourismusbranche auf.

TEXT: MARCEL SCHMID

**K**önnen Sie sich die Welt ohne Computer vorstellen? Wohl nicht. Und doch hat ausgerechnet Googles Verwaltungsratschef Eric Schmidt an einer Konferenz in Arizona vor drei Jahren gesagt, dass die Technik irgendwann einfach verschwinden werde. «Ich meine damit nicht, dass sie weg ist. Technik wird einfach alles durchtränken», sagte Schmidt wörtlich. Was er damit meint ist: Die Technik wird jederzeit allgegenwärtig sein – und nicht mehr als solche wahrgenommen.

## Einfaches Prinzip, komplexe Technologie

Augmented Reality heisst das Zauberwort. Diese «erweiterte Realitätswahrnehmung» kann per Definition alle Sinnesmodalitäten ansprechen. In erster Linie geht es aber um die visuelle Darstellung von Informationen, also die Ergänzung der Realität mit Bildern, Texten und Grafiken. Ein einfaches Beispiel: Entwickler von Continental arbeiten intensiv an einer neuen Generation von Navigationsgeräten. Statt wie bis anhin auf einem separaten Monitor oder bei modernsten



## ZUR PERSON

**Mario Huggler** ist Geschäftsführer von EXPOformer AG in Bülach – Ansprechpartner für Messebau, Displays und Messestände.

[www.expoformer.ch](http://www.expoformer.ch)



Continental arbeitet an neuen Navigationsgeräten, die die Informationen direkt auf die Fahrspur einblenden.

Ausführungen auf der Windschutzscheibe eines Fahrzeuges werden die Informationen schon bald dort eingespielt, wo sie für den Fahrer relevant sind. Virtuelle Pfeile oder Schilder erscheinen direkt auf der Fahrspur, in einem Bereich von rund 20 bis 100 Meter vor dem Fahrer. Grafische Hinweise machen auf Situationen aufmerksam, zum Beispiel wenn der Abstand zum vorderen Fahrzeug zu gering ist, Abbiegehinweise, Spurverlassungswarnung, die erlaubte Höchstgeschwindigkeit und vieles mehr. Bereits 2017 will Continental damit serienreif sein.

Eine Vorreiterrolle in Augmented Reality nimmt auch das schwedische Einrichtungshaus IKEA ein. Im gedruckten Prospekt lassen sich speziell markierte Bilder mit der App scannen. Das Möbelstück kann nun auf dem Tablet quasi frei in der eigenen Wohnung bewegt, platziert und von allen Seiten betrachtet werden.

Eine Verschmelzung zwischen Virtualität und Realität bietet Audi mit der App eKurzinfo. Audi-Fahrer können damit bei ausgewählten Modellen sämtliche Funktionen der Bedienelemente und Kontrolllampen anzeigen lassen. Einfach den Schalter fotografieren und die gewünschten Informationen erscheinen sofort auf dem iPhone oder dem Tablet. Die lange Suche im Stichwortverzeichnis der gedruckten Bedienungsanleitung war gestern!

### Wird der Mensch digital?

Virtuelle Realitäten wie Augmented Reality werden viele Branchen massgeblich prägen und verändern. Noch haben sich Datenbrillen im

Consumer Markt nicht durchgesetzt. Qualität, Technik, Ergonomie und Stromverbrauch waren bislang noch verbesserungsfähig. Doch schon heute versprechen Entwickler und Zukunftsforscher dereinst schier unbegrenzte Möglichkeiten. Auf einer Wanderung die Namen der Berggipfel direkt vor die Augen projizieren, bei einem Städtetrip mitten in den Gassen Informationen über touristisch und geschichtlich interessante Objekte erhalten oder beim Kochen sowohl das Rezept wie auch die Pfanne nie aus den Augen verlieren – das ist erst der Anfang. So arbeitet Google an smarten Kontaktlinsen und Forschungen gehen bereits dahin, dass ein Sensor auch direkt ins Auge implantiert und der Umweg über die Linse hinfällig wird.

### Nutzen und Chancen für die MICE-Branche

Mario Huggler, Geschäftsführer vom Messestandbauer EXPOformer beschäftigt sich intensiv mit den neuen Techniken. «Die Entwicklung steckt noch in den Kinderschuhen, die Zukunft, wie wir sie aus Raumschiff Enterprise kennen, hat eben erst begonnen» sagt Huggler. Für die Messeindustrie entstehen damit komplett neue Möglichkeiten: «Ganz egal, was ein Unternehmen verkaufen möchte – es lässt sich virtuell darstellen». So beispielsweise Wirkstoffe im Körper, 10'000 Quadratmeter grosse Showrooms, unendlich breite Produktpaletten und Neuheiten oder Feriendomizile in 360° Videorealität. Wer jetzt auf den Zug aufspringt, profitiert zudem vom Überraschungseffekt: «Die virtuelle Realität schafft ein Wow-Erlebnis und spannt

Standbesucher für die Mund-zu-Mund-Empfehlung ein», so Mario Huggler. EXPOformer hat für ihre Kunden verschiedene Techniken im Angebot.

### Vom Pappkarton bis zum Hightech-Gerät

Bereits mit simpler Hardware kann man in die virtuelle Erlebniswelt eintauchen: Eine Google Cardboard – ein Gehäuse aus Pappe – genügt, um in Kombination mit einem Smartphone und entsprechender App ein faszinierendes, dreidimensionales, virtuelles Bild zu erzeugen.

**Google Cardboards** gibt es heute schon ab 15 Franken pro Stück.

Sehr grosse Anwendungen mit hohem Speicherbedarf setzen im Moment der virtuellen Realität per Smartphone noch Grenzen. In diesem Fall bietet sich die Brille mit eigenem Rechner und entsprechender Leistung an. **Oculus Rift** ist eine solche Virtual Reality Brille. Damit lassen sich beispielsweise Testfahrten in einem Auto machen und dabei alle möglichen Interieurs «spüren»; oder eine virtuelle Fahrt durch ein Produktionszentrum.

Die einfachste Form von Virtualisieren ist die überlagerte Realität – **Augmented Reality**. Der Unterschied zur virtuellen Realität besteht darin, dass das reale Bild der Umgebung mit Zusatzinformationen überlagert wird. Dies kann von komplexen 3D-Modellen bis hin zu einfachen Textmeldungen gehen, die erscheinen, sobald Sie einen entsprechenden Marker anschauen. Das Einsatzgebiet erstreckt sich auf Messen von Entdeckungsreisen durch Ihren Stand mit einem iPad bis hin zur Präsentation von Produkten, Gebäuden und Maschinen.

### Inhalte mehrfach nutzen

Anwendungsmöglichkeiten sieht Mario Huggler in vielen Branchen. Beispielsweise der Tourismus: So gibt es in Deutschland schon heute Reise-

büros, wo der Kunde sein Reiseziel vor der Buchung virtuell erleben kann. Die Maschinenindustrie kann mit Virtual Reality an Messen neue Erfindungen authentisch darstellen und erlebbar machen. «Es wird künftig keinen Sinn mehr machen, zehn Tonnen Ausstellungsmaterial und Maschinen für eine Messe nach Asien zu transportieren», ist Mario Huggler überzeugt. Auch für die Gesundheitsbranche und Ärztekongresse gibt es neue Möglichkeiten, Produkte und Wirkstoffe zu veranschaulichen.

Kostenintensiv ist heute nicht mehr die Hardware, sondern je nach Umfang des Projektes vielmehr die Programmierung der Inhalte. Dafür lassen sich diese aber mehrfach nutzen, beispielsweise fürs Web, für Apps oder eben für 3D-Cardboards.

«Die Besucher wollen an Messen etwas erleben» Mario Huggler sieht in den neuen Techniken wertvolle Ergänzungen und Möglichkeiten für Kundenkontakte an Messen. Ein Ersatz für die persönliche Kundenbetreuung wird es aber nie sein. Im Gegenteil: «Flüchtig braucht fest», sagt Mario Huggler – oder mit anderen Worten: Auf den richtigen Mix kommt es an. «Die Qualität auf Fachmessen hat sich in den letzten Jahren massiv verbessert, die Besucher sind dank dem Internet besser informiert und holen sich nun sehr gezielt ihre Informationen. Vor allem wollen sie aber auch etwas erleben und emotional berührt werden», so Huggler. Die neuen Techniken bieten dazu eine optimale Basis, für den Vertrauensaufbau und die Kundenbeziehung ist aber auch in Zukunft immer der Mensch verantwortlich.



*Google Cardboard ermöglicht zusammen mit einem Smartphone und entsprechender App ein dreidimensionales, virtuelles Bild.*