

Abtauchen in virtuelle Welten

Die Digitalisierung hat die Immobilienbranche längst erreicht. Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) lassen die Grenzen zwischen Fiktion und Realität verschmelzen.

Von Sabrina Erben



Marco Hornegger, Geschäftsführer von Möbelhaus Maier, entführt eine Kundin in die virtuelle Welt.

Foto: Ebihara Photography

Von Raum zu Raum laufen, einen Blick unter den Designer-Schreibtisch werfen, einige Schritte auf dem Teppich gehen, das Regal an der Wand im neuen Büro von allen Seiten begutachten: All das machen Kunden von Marco Hornegger, Geschäftsführer von Möbel Maier in Radstadt, täglich. Allerdings existieren weder Schreibtisch noch Teppich oder Regal. Mit einer sogenannten VR-Brille und einem Joystick entführt Hornegger seine Kunden in die Zukunft. Es wird eine virtuelle Welt geschaffen, in der sich die Interessenten in einer computergenerierten Simulation bewegen. Die Technologie dahinter nennt sich Virtual Reality. Zwei Jahre hat Hornegger mit einem befreundeten Programmierer daran gearbeitet. „Wir können die gewünschte Einrichtung detailgetreu darstellen“, erklärt er. Der Vorteil für das Möbelhaus: Dank der virtuellen Unterstützung gibt es deutlich schnellere Verkaufsabschlüsse. „Es werden Emotionen geweckt, der Kunde bekommt ein Gefühl für die Einrichtung.“

Anwendungsmöglichkeiten im Marketing

Das Möbelhaus in Radstadt ist mit seinem innovativen Planungsprogramm kein Einzelfall. Die Digitalisierung hat die Immobilienbranche erreicht. Neben den Themen künstliche Intelligenz, Roboter oder Internet der Dinge sind auch Virtual Reality und Augmented Reality, also die erweiterte Realität, essenzielle Technologien. In der „Real Estate Benchmarking Studie 2018“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC geben 83 Prozent der Teilnehmer an, VR als die Technologie mit dem größten Einfluss auf den Bereich Investor Relations zu sehen. Die Anwendungsmöglichkeiten sind laut PwC vor allem im Marketing und in der Kundenkommunikation zu finden. In virtuellen Rundgängen oder 360-Grad-Panoramaansichten tauchen die Nutzer in eine andere Welt ab. Die Vorteile der Rundgänge liegen auch im Gewerbeimmobilienbereich auf der Hand. So könnte beispielsweise ein Property Manager aus Innsbruck, der sich nach passenden Büroflächen für einen weiteren Firmensitz in Wien umsehen soll, alle möglichen Objekte vorab virtuell begehen. Das spart Zeit und Kosten.

Bekannt durch „Pokemon Go“

Jeder dritte Umfrageteilnehmer der PwC-Studie geht zudem davon aus, dass auch Augmented Reality deutliche Impulse setzen wird. Auch wenn die Technologien Ähnlichkeiten haben, sind sie doch unterschiedlich. „Mithilfe von VR wird der Nutzer von der Welt isoliert, bei AR wird die reale Welt um Informationen, Daten und Bilder angerei-



Mit Virtual Reality wird es möglich, Immobilien zu präsentieren, die noch gar nicht gebaut sind.

Foto: iStock.com/ Georgijevic

chert“, erklärt Markus Tatzgern, Dozent im Studiengang MultiMediaTechnology an der FH Salzburg. Augmented Reality ist vor allem seit dem großen Hype um das Handyspiel „Pokemon Go“ in aller Munde. In dem Spiel können die Nutzer Monster fangen, die in der realen Umgebung auf dem Bildschirm des Smartphones auftauchen.

„VR und AR gibt es schon länger. Nun sind für diese Anwendungen auch die Grafikkarten und die leistungsstarken Computer vorhanden“, sagt Tatzgern. Bei Augmented Reality gibt es allerdings noch einige Hürden. „Der Nutzer muss für die Technologie sein Handy in die Hand nehmen, das ist umständlich“, sagt Tatzgern. In Zukunft lösen Datenbrillen das Smartphone ab. Das sind tragbare Computer, die Daten zum Sichtfeld des Nutzers hinzufügen.

Planungsrisiko reduzieren

Die PwC-Immobilienstudie zeigt, dass die Bereiche Asset Management, Mietermanagement und Kundenmanagement schon heute durch die erweiterte Realität beeinflusst werden. Auch Bauprojekte in Planung profitieren davon, denn die Daten können dreidimensional betrachtet werden. Projektentwickler reduzieren damit ihr Planungsrisiko, da das Produkt verständlicher wird. Das bestätigt auch der Salzburger Wissenschaftler Tatzgern: „Man erhält eine genaue Vorstellung davon, wie das Endprodukt in der realen Umgebung aussehen wird.“ Bislang ist Augmented Reality nur auf den Sehsinn reduziert. Geplant sind weitere Applikationen, die auch andere Sinne wie Gerüche ergänzen. „Das ist aber noch Zukunftsmusik“, betont Tatzgern.

Luxusegment oder breite Masse?

Marco Hornegger, Geschäftsführer von Möbel Maier, betont, dass die Entwicklung seines VR-Planungsprogramms kostenintensiv war. „Wir wollen aber innovativ auftreten, es lohnt sich“, sagt Hornegger. Zudem vertreibt er das System auch an andere Möbelhäuser. „Es ist eine ständige Entwicklung. Die Qualität der VR-Brillen und die Leistung der Rechner verbessern sich laufend, damit wird die Bildschärfe immer besser.“

Bisher werden die virtuellen Begehungen vor allem im hochpreisigen Segment beliebter. Ist die Technologie auch für die breite Masse geeignet? „Ja, das benötigt aber noch etwas Zeit“, sagt Michael Danklmaier. Der Architekt ist mit Philip Willner und Hanspeter Prieth einer der drei Köpfe hinter dem Jungunternehmen Miviso aus Innsbruck, das sich auf 3D-Innenraum-Visualisierungen spezialisiert hat. Sie sind die Gewinner des Jungunternehmerpreises 2018 der Jungen Wirtschaft Tirol in der Kategorie „Kreative Dienstleistung“. Innerhalb von zehn Minuten können ihre Kunden mithilfe eines Online-Konfigurators eine moderne Visualisierung bestellen. Zudem bieten sie digitales Home Staging an. Leere Räume werden fotografiert und durch 3D-Elemente möbliert. „Das ist vor allem bei bestehenden Immobilien interessant“, erklärt Danklmaier. Zu den Kunden der jungen Firma zählen Immobilienmakler und Bauträger. „Durch die Standardisierung der einzelnen Arbeitsschritte können wir die Dienstleistung deutlich günstiger anbieten als Wettbewerber. So haben wir ein skalierbares Geschäftsmodell“, sagt Danklmaier. Die Zu-



kunft sieht man bei Miviso im Bereich der virtuellen Realität. „Wir stehen in den Startlöchern.“ Zumindest die Brillen werden immer günstiger und damit in immer mehr Haushalten zu finden sein.

Mit digitalem Home Staging lassen sich Bestandsimmobilien besser verkaufen.

Foto: Miviso GmbH

Verknüpfung mit BIM-Methoden

Große Chancen für VR sehen die Experten von PwC auch im Facility-Management: „Der wirkliche Erfolg wird jedoch auch davon abhängig sein, inwiefern VR sich mit gängigen Anwendungen im Bereich der modellbasierten Planungsmethode BIM (Building Information Modeling) verknüpfen lässt.“ Auch hier gebe es schon fortschrittliche Entwicklungen. ●

Virtual Reality (VR)

Virtual Reality (VR) stellt die Wirklichkeit in einer in Echtzeit computergenerierten interaktiven Umgebung dar. Als Wiedergabegerät dient eine VR-Brille.

Augmented Reality (AR)

In der erweiterten Realität wird die reale Welt um Informationen angereichert.

Die Applikationen arbeiten meist auf Smartphones und Tablets. In Zukunft werden die mobilen Endgeräte aber durch Datenbrillen abgelöst. AR findet in der Immobilienwirtschaft vielfältige Einsatzmöglichkeiten.

Gekühlte Büros mit nachhaltig niedrigen Betriebskosten!

Auf unsere Büros werden Sie abfahren!

brick

silo plus

Lemböckgasse 57-59, 1230 Wien

Modernste Büros im Süden Wiens.

www.silo-offices.at