



**umdasch**  
group

Whitepaper  
**Virtual Spaces**  
3D. Spatial. Immersive. Metaverse.

The home for  
better spaces.

Guide für den Einstieg in die neue virtuelle\* 3D-Internetwelt. Nutzen Sie die vielseitigen & innovativen Möglichkeiten.

\* Synonyme:  
immersive, spatial, Metaverse.

Virtual  
Marketing

eCommerce  
& Handel

Events  
& Meetings

Employer  
Branding

Real Estate  
& Bau



# Übersicht

Was Sie in diesem Whitepaper erfahren

1. <b>Definition „Virtual Spaces“</b>	4	5. Case Studies 3D Webpage	22
2. Use Cases & Beispiele	8	Virtual Showroom Doka	24
Anwendungen	9	Real Estate Development Sibiu Hospital	25
Übersicht	10	5. Case Studies Metaverse	26
Virtuelle Onlineshops	11	Ecosystem – Decentraland	27
Online Conferencing	12	Space – Spatial	28
Virtuelle Showrooms & Messen	13	Gaming – Fortnite	29
Immobilienentwicklung	14	7. Potentiale & Nutzen	30
3. Klassifikation & Technologien	15	8. Ihr Einstieg in die virtuelle Welt	33
4. Definition Metaverse	18	9. Über uns & Impressum	37

# Was sind Virtual Spaces



# Die nächste Iteration des Internets ist 3D.

Von 2D auf 3D und noch viel mehr

Virtual Spaces sind virtuelle, dreidimensionale Räume im Internet. Anstatt wie bei Webpages Text, Bilder und Videos wie auf einer Tafel zu konsumieren, besucht man wie in der echten Welt 3D Räume und bekommt ein virtuelles, ganzheitliches, audiovisuelles Erlebnis (VR Virtual Reality).

Besucher\*innen interagieren mit Anderen, gehen einkaufen, holen sich Informationen oder lassen sich einfach unterhalten.

Definition Virtual Reality (VR)

Computergenerierte,

nicht in echt vorhandene, aber zum Teil echt erscheinende dreidimensionale, räumliche Welt.

Nutzer\*innen tauchen in eine andere Realität ein und interagieren mit und in dieser Welt.



**umdasch**  
group

# Mehr als ein Raum. Mehr als eine Website.

Räume haben immer einen Zweck

Um alltägliche Dinge zu erledigen, wie sich zu informieren, zu lernen, **sich unterhalten zu lassen, einkaufen zu gehen, zu kommunizieren ...** nutzen Menschen Websites und Apps oder sie besuchen physische Räume wie Shops, Cafés, Museen, Universitäten, ...

Virtual Spaces repräsentieren die Essenz von **Spatial Computing**, wo die digitale mit der physischen Welt nahtlos miteinander verschmilzt, um ein ganzheitliches Erlebnis zu schaffen, das **Informieren, Lernen, Unterhaltung, Einkaufen und Kommunizieren** in einer innovativen Weise ermöglicht.

Virtual Spaces verbinden die Vorteile und Funktionen von Websites, Apps und von Räumen zu einem ganzheitlichen virtuellen Erlebnis.

- Virtual Spaces funktionieren einfach mit Smartphone, PC oder Tablet über den Browser.
- Die High-End-Lösung ist mit VR-Brillen.



**umdasch**  
group

# Menschen erleben Räume

Menschen erleben Räume emotional, sie interagieren mit ihnen. Räume und deren Designs wirken psychologisch positiv.

Sie beeindrucken, faszinieren und sind ein Erlebnis für alle Sinne. Virtual Spaces sind ein Tool für Organisationen, ihre Räume – egal ob sie virtuelle Kopien bestehender echter Räume oder fiktive virtuelle Räume sind - für ihre Kund\*innen und Partner\*innen digital erlebbar zu machen und um mit ihnen zu interagieren.

Diese Virtual Spaces sind **immersiv**, das heißt, sie schaffen eine eindringliche, umfassende Erfahrung, die die NutzerInnen in eine andere Welt eintauchen lässt, sei es durch visuelle, auditive oder andere sensorische Elemente, die das Gefühl vermitteln, wirklich 'dort' zu sein.

## Vorteile von Virtual Spaces

24/7

weltweit

kosten-  
günstig

innovativ



**umdasch**  
group

# Use Cases & Beispiele





# Möglichkeiten nach Branchen & Anwendungen

Branche	 Alle Branchen	 Handel & Marketing	 Real Estate & Bau
Use Cases	Events & Human Resources Tools	Produktmarketing, Brand Experience & Onlineshop	Immobilienentwicklung & Vermarktung
	Um mit Kund*innen und Mitarbeiter*innen in virtuellen Räumen zu interagieren gibt es für alle Branchen neue, grenzenlose Möglichkeiten.	Virtual Marketing ist ein neuer Marketing-Kanal zur Inszenierung und Vermarktungen von Marken und Produkten, sowohl für B2C und B2B.	Ganz spezielle Use Cases ergeben sich im Real Estate Segment in der Immobilienentwicklung, Planung und der Vermarktung.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Virtuelle Konferenzen &amp; Meetings</li> <li>• Virtuelle Trainings &amp; Infotainment</li> <li>• Virtuelles Mitarbeiter Onboarding               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Employer Branding</li> <li>• Betriebsrundgänge</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Virtuelle Shops (V-Commerce)</li> <li>• Virtuelle Showrooms und Messen</li> <li>• Marketingkampagnen, z.B. Produktlaunch               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markeninteraktion mit Gaming</li> </ul> </li> <li>• Digitale Assets, z.B. Kleidung für Avatare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BIM 2 Metaverse</li> <li>• Stakeholder Kommunikation</li> <li>• Real Estate Entwicklung               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentation</li> </ul> </li> <li>• Real Estate Marketing</li> </ul>

# Beispiele

Erweitern Sie Ihre Customer Journey in den virtuellen Raum

## Virtuelle Onlineshops

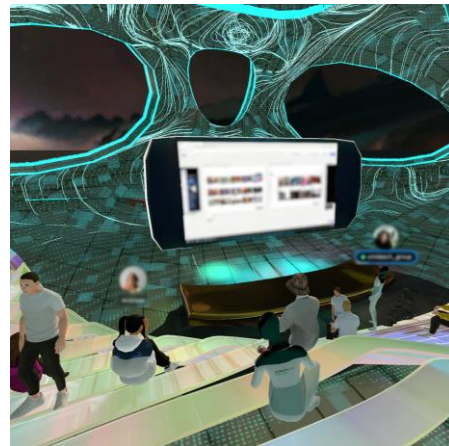
Onlineshops haben seit Anbeginn nahezu alle dasselbe Look & Feel. Virtual Spaces & V-Commerce bringen jetzt neue Möglichkeiten.



## Virtuelle Showrooms & Messen

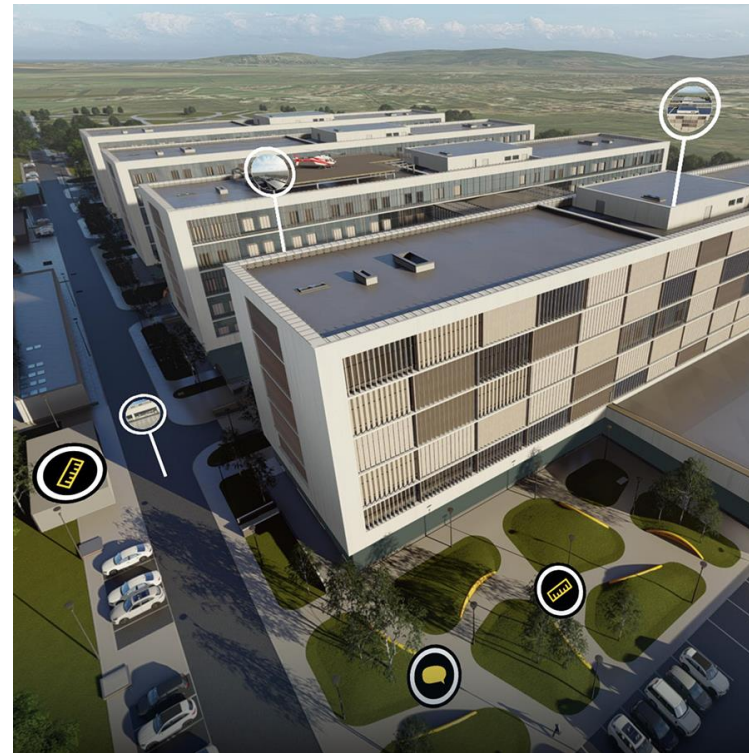
Showrooms und Messen sind perfekt inszenierte Produktpräsentation. Als Virtual Spaces sind sie 24/7 weltweit besuchbar.

Siehe Case Study 1  
Doka Showroom



## Online Conferencing

Online-Meetings gehören zum Alltag. Gewohnt sitzen wir in Teams alle in einer Box. Mit Virtual Spaces kommt eine neue Generation des Online-Meetings.



## Immobilienentwicklung & Marketing

3D Räume sind schon lange Teil der Real Estate Anwendungen. Mit Virtual Spaces kommen dazu neue Möglichkeiten und Features.

Siehe Case Study 2  
Sibiu Hospital Tour

# Use Case – Handel

## Virtuelle Onlineshops

Onlineshops haben nahezu alle dasselbe Look & Feel, nämlich jenes wie es ein großer Player vor über 25 Jahren erfunden hatte.

Virtuelle Stores (Virtual eCommerce, V-Commerce) sind eine innovative Möglichkeit des Online Shoppings. Dabei wird aber nicht das gesamte Sortiment präsentiert. Es werden Erlebnisse kreiert, um ausgewählte Produkte und Kollektionen multimedial zu inszenieren und über eCommerce Kanäle zu vermarkten.

Händler\*innen können virtuelle Kopien ihrer beeindruckenden Flagship Stores alle Kund\*innen weltweit 24/7 erleben lassen. Virtuell kennt aber keine Grenzen, Stores können auf kreativste Weise gestaltet werden: ein fliegender Store, ein Shop auf dem Mond oder unter Wasser. Alles ist möglich.

Viele Marken wie Tommy Hilfiger, Ralph Lauren, P&G und Dior nutzen schon die Möglichkeiten von virtuellen Stores.

Virtuelle  
Onlineshops

Online  
Conferencing

Virtuelle  
Showrooms  
& Messen

Immobilien-  
entwicklung  
& Marketing



# Use Case - alle Branchen

## Online Conferencing

Video Calls und Online Konferenzen sind seit Covid-19 beruflicher Alltag und haben uns viel Effizienz gebracht.

Alle gängigen Tools bieten sehr viele Möglichkeiten für das virtuelle Socializing und Arbeiten, allerdings gibt es noch eine große Grenze: die User Experience.

In Teams & Co sitzt jeder in einem eigenen Kästchen mit individuellem Hintergrund und jemand anderer teilt seinen Bildschirm.

Virtual Spaces heben das virtuelle Miteinander in eine neue Dimension. Durch das Treffen in einem 3D-Raum gemischt mit den gängigen Features von Video Meetings werden die Möglichkeiten von online und physischen Treffen verschmolzen:

- Text, Voice & Video Chat
- Avatar mit Name und persönliches Video
- Screen Sharing
- Präsentation

Virtuelle  
Onlineshops

Online  
Conferencing

Virtuelle  
Showrooms  
& Messen

Immobilien-  
entwicklung  
& Marketing



# Use Case - Marketing

## Virtuelle Showrooms & Messen

Schauräume und Messen sind Räume von exzellentem Design, wo Produkte mit viel Aufwand in beeindruckender Umgebung inszeniert und präsentiert werden. Doch die Räume sind zeitlich und örtlich nur begrenzt verfügbar – KundInnen müssen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein.

Virtuelle Kopien der Schauräume und Messen hingegen sind allen Kund\*innen und auch Mitarbeiter\*innen weltweit und 24/7, zugänglich – mit oder ohne Guide. Somit lohnt sich die Investition in den virtuellen Raum auf jeden Fall, da die Besucherfrequenz signifikant erhöht wird.

Ein großer Vorteil von virtuellen Produktpräsentationen ist die Verschmelzung mit allen Digitalkanälen: Informationen der Website, Bilder, Videos und Social Media Feeds können integriert werden.

Virtuelle Schauräume & Messen sind nicht nur ein Marketingtool, sondern sind auch ein Medium für Produktschulung für Mitarbeiter\*innen.

Virtuelle  
Onlineshops

Online  
Conferencing

Virtuelle  
Showrooms  
& Messen

Immobilien-  
entwicklung  
& Marketing



# Use Case - Real Estate

## Immobilienentwicklung & Marketing

Die Entwicklung und Planung von großen Immobilienprojekten ist geprägt von Komplexität. Viele Stakeholder und Nutzer\*innen werden in den Planungsprozess eingebunden.

**Das Ziel:** Möglichst exakte Planung, um spätere Kosten zu reduzieren und um die Zufriedenheit zu maximieren.

Um die Kommunikation mit allen StakeholderInnen, seien es KundInnen & NutzerInnen, InvestorInnen, DienstleisterInnen & UmsetzerInnen sowie öffentlichen EntscheiderInnen bestmöglich zu gestalten, müssen die Details zum Gebäude realitätsnah aufbereitet sein.

Dazu dient ein Virtual Space, ein virtuell begehbares 3D Modell des späteren Gebäudes. Die Kommunikation wird signifikant erleichtert:

- Alle haben eine klare Vorstellung vom Gebäude.
- Anforderungen können getestet werden.
- Abläufe können simuliert und getestet werden.
- Feedback wird effektiv gesammelt.

Virtuelle  
Onlineshops

Online  
Conferencing

Virtuelle  
Showrooms  
& Messen

Immobilien-  
entwicklung  
& Marketing



# Klassifikation & Technologien



# 5 Technologische Möglichkeiten von Virtual Spaces

Social Virtual Spaces	
3D Webpage Virtuell erlebbarer Raum als Website	Metaverse Virtuelle Welt zur Interaktion
<p>1. Virtuelle Kopie von Räumen Virtuelle, anpassbare 3D Kopie von physischen Räumen mit 360° Panoramafotos. Integration von interaktiven Funktionen, Texten, Bildern und Videos.</p>	<p>3. Ecosystem Ein Ökosystem für viele Brands (Grundstücke, NFTs) z.B. Decentraland, Sandbox</p>
<p>2. Webpage aus 3D Assets VR/3D Webpage aus 3D Assets, Publishing als Panoramas oder voll begehbaren 3D Raum. Mit interaktiven Funktionen, Texten, Bildern, Videos plus 3D Animationen.</p>	<p>4. Space Eigene dreidimensionale Welt per User/Brand. Erstellung und Streaming über Plattform. z.B. Spatial</p>
	<p>5. Gaming Partizipation in Multi-User Games: Verkauf von digitalen Assets, Gestaltung von Sub-Welten in Games.z.B. Roblox, Fortnite</p>



# Features von Social Virtual Spaces

3D Webpage		Metaverse	
Single-User. Interaktion mit einem Host möglich (Guided tour, peer-to-peer).	Social	Multi-User. Kommunikation unter Usern (Chat, Voice, Video).	
Kein Avatar. Keine Registrierung durch User erforderlich.	User Identity	Avatar. Registrierung erforderlich.	
Standalone Webpage. Unabhängig von anderen Systemen und Plattformen.	Plattform	Integration in Plattform vom Anbieter, z.B. Spatial. Beispiele: Marketplace vom Anbieter, Community, Gamification.	
Eigenes Hosting, alle Daten bleiben beim Owner. Keine Kommunikationsdaten werden gespeichert.	Data & Hosting	Datenupload beim Plattform Anbieter. Anbieter speichert Kommunikation.	
Integration von Bild, Text, Video sowie Links/CTA. Integration von Animationen bei 3D Assets. Kaum Interaktion mit Raum und Assets (statisch).	Multimedia & Interaktion	Integration von Bild, Text, Video, Animation sowie Links/CTA. Interaktion mit Raum und Assets (dynamisch). (Möglichkeiten analog Gaming, z.B. Gegenstände nehmen).	
Customized Features & API Integration, z.B. Onlineshopping, AR.	Customizing	Features und APIs seitens Anbieter, eingeschränktes Customizing.	
Mehrsprachiges UX.	Sprachen	Englisch / Einsprachig	
Responsive UI möglich.	Responsive	Eingeschränkt, abhängig von Plattform.	

# Definition Metaverse



# Metaverse. Vernetzte virtuelle Welt

Das Metaverse ist ein grenzenloser, vernetzter, virtueller und dreidimensionaler Raum.

## Multi-User

Es ist ein digitaler Raum, in dem viele Menschen vernetzt sind, sich treffen und miteinander interagieren können.

## Avatare

Menschen werden durch individuell gestaltbare virtuelle Avatare repräsentiert, die plattform-übergreifend genutzt werden und so die digitale, visuelle Identität sind.

## Interaktion Mensch & Raum

Die User\*innen interagieren in Echtzeit mit anderen Personen sowie den Räumen und der Umgebung, in dem sie digitale Assets (Kleider, Werkzeuge, Häuser, etc.) nutzen und beeinflussen.



# Metaverse Ecosysteme

Eine große Welt – ein Ecosystem –  
für viele Marken und Organisationen.

Ecosysteme sind eine virtuelle Welt oder Stadt mit Stadtteilen. Wie in der realen Welt werden **Grundstücke** (Parzellen) gekauft oder gemietet. Dort wird ein Space oder Gebäude aufgebaut (bzw. upgeloaded), die von den Nutzer\*innen als Avatar besucht werden.

Die Möglichkeiten sind unbegrenzt: Ausstellungen, Events & Meetings wie Konzert oder Fashion Weeks, digitale Assets (NFT) kaufen und verkaufen, spielen, einkaufen, chatten, Werbung schalten etc. oder sich einfach mit anderen vernetzen.

Eine eigene **Kryptowährung** und Marketplace sind meist die wirtschaftliche Grundlage.

Bekannte Ecosysteme sind Sandbox, Decentraland und Upland.

**Unternehmen wie Samsung, UPS, Sotheby's, Adidas, Atari, Louis Vuitton, Burberry** und die Österreichische Post haben im decentraland bereits Land gekauft oder Präsenzen aufgebaut.



# Metaverse Space

Viele Welten - jede Marke gestaltet ihren eigenen Space – ihr eigene Welt.

Jede Organisation kann ihren eigenen Space erstellen und betreiben. Ein Space – eine Welt, die nur vom Owner gestaltet wird und von den anderen Welten abgegrenzt ist.

Jede Nutzer\*in kann die Welt mit einem Avatar besuchen und dort mit anderen Avataren kommunizieren sowie Räume, Informationen und Interaktionen erleben. Gaming Elemente sorgen dafür, dass Besucher\*innen mehr Zeit dort verbringen.

Beispiele sind **Spatial** und **Odyssey**. Sie stellen die notwendigen Tools für die Erstellung und das Publishing zur Verfügung.

**Bekannte Marken**, die schon auf Spatial sind, sind beispielsweise BOSS, Tommy Hilfiger, Rolls Royce, Nike und BMW Motorrad.



# Case Studies

## 3D Webpage

# 3D Webpage - Features



**Mehrsprachig**  
mehrere Sprachen  
aussuchen, um ein  
internationaleres Publikum  
anzusprechen



**Analytics**  
detailliertere und  
spezifischere Einblicke  
in das Benutzerverhalten  
gewinnen



**Responsive UI**  
wird auf verschiedenen  
Geräten und  
Bildschirmgrößen optimal  
dargestellt



**Virtueller  
Spaziergang**  
die Tour ganz in 3D anhand  
von Bewegungen erleben



**Interactive**  
Klickbare & animierte  
Elemente hinzufügen,  
um die Szene mehr in  
Bewegung zu bringen



**Unabhängig**  
Die Spaces können  
auf jegliche Webserver  
laufen & sind nicht an  
unserer Plattform gebunden

3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming

# Case Studies (1)

## Virtual Doka Showroom

- Erstellung von 360° Fotos vom Showroom Doka Forum (2.500 m<sup>2</sup>).
- Zusammenfügen zu einer virtuellen Tour.
- Hinzufügen von Point of Interests: Bilder, Links, Videos, Onlineshopping, etc.
- Integration der Texte aus der Website (effizient da keine zusätzliche Wartung der Inhalte notwendig).
- Zugriff einfach über Webbrowser Desktop und mobile, kein zusätzliches Gerät nötig.
- Verlinkung auf der Website doka.com.
- Möglichkeit für geführte Tour durch Doka Mitarbeiter\*innen.
- Besuch Showroom für Mitarbeiter\*innen und Kund\*innen weltweit 24/7 möglich.

3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming





# Case Studies (2)

## Virtuelle Gebäude Präsentation Sibiu Hospital

- Erstellung von virtuellen Touren auf Basis des 3D-Models der Planung.
- Ermöglicht virtuelle Touren in Gebäuden in Planung und Bau sowie jedes beliebigen Raumes.
- Hinzufügen von Point of Interests für zusätzliche Erklärungen: Bilder, Links, Videos, etc.
- Zugriff einfach über Webbrowser Desktop und mobile, kein zusätzliches Device nötig.
- Beispiel Sibiu Hospital Tour: Planung eines Krankenhauses Größe 110.000 m<sup>2</sup>, Kommunikation mit allen Stakeholdern über das Projekt mittels virtueller 3D Tour.

3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming



# Case Studies Metaverse



# Case Studies (3)

## Decentraland

Als Umdasch Group haben wir eine Präsenz aufgebaut, um Erfahrungen zu sammeln ([decentraland.org](https://decentraland.org)).

1. Zuerst wurden die Ecosysteme evaluiert. Die Entscheidung fiel für Decentraland, da es mehr Business als Gaming Charakter hat und ein dezentrales System ist.
2. Klärung der rechtlichen Themen: Datenschutz & -Sicherheit, Compliance bezüglich Kryptowährungen.
3. Kauf von 4 Parzellen Land als NFT (Non-Fungible Token): Anlegen eines Wallets zum Erwerb der dafür notwendigen Kryptowährungen MANA (Decentraland Währung) und Ethereum und zur Abwicklung aller Transaktionen, z.B. Kauf, Gebäudeupload.
4. Entwicklung und Umsetzung des Gebäudes: Architektur und 3D Design, besonderes Augenmerk auf die User Journey (UX) beim Besuch des digitalen Gebäudes.
5. Notwendiges Software Development für Customizing von Features sowie Upload, Testing und Optimierung unseres Gebäudes.
6. Erfolgreicher Wiederverkauf des Grundstücks und Evaluierung von Mieten.

**Resümee:** Die Idee hinter Decentraland ist genial – eine virtuelle Welt mit vielen Möglichkeiten. Leider sind die technische Performance, das visuelle Erlebnis und damit die Akzeptanz bei User\*innen noch eingeschränkt.

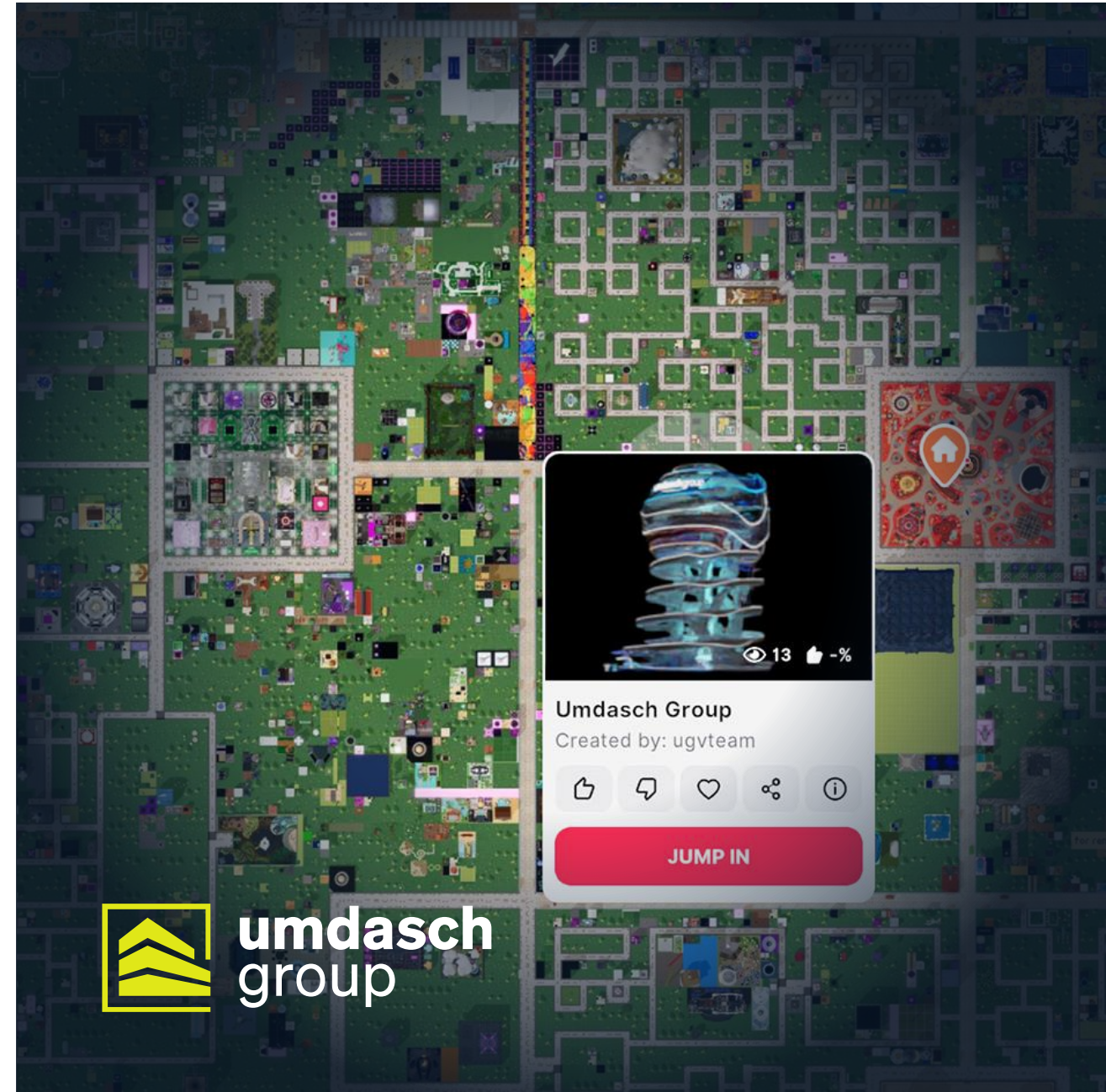
3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming



umdasch  
group

# Case Studies (4)

## Spatial.io

Entwicklung einer Umdasch Group Präsenz auf [www.spatial.io](http://www.spatial.io).

Optimierung des 3D Gebäudes mit Unity. Upload des Gebäudes und Integration von Features wie das Sammeln von Coins. Jump & Run, Videos, Links, Teleportation, Video Wall für Screen Sharing etc.

Planung als Veranstaltungsort (Event mit Ghezzo, [www.ghezzo.at](http://www.ghezzo.at)) mit Networking, Präsentationen und Podiumsdiskussion.

Vorteile:

- Teleportieren der TeilnehmerInnen ins Plenum beim Start der Vorträge. Kein Zeitverlust.
- Einfaches Chatten unter den Teilnehmern.
- Alles ist möglich: Kreative Location – ein Boot als Plenum.

**Resümee:** Spatial.io ist für User\*innen sehr einfach nutzbar und läuft problemlos im Browser auf PC und mobile. Die Plattform bietet viele Möglichkeiten und ist kostengünstig.

3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming



# Case Studies (5)

## Fortnite

Multiplayer-Games wie Roblox oder Fortnite sind eine Art Virtual Ecosystem. User\*innen besuchen mit ihren Avataren eine 3D-Welt mit (nur) einem Zweck: **spielen**. Das ist ein klarer Anreiz, weshalb Gaming Plattformen wesentlich erfolgreicher sind als andere Metaverse Plattformen. Es wird darauf viel Zeit verbracht, somit sind diese Tools attraktiv für Marken und Werbende.

Fortnite hat etwa **250 Mio. Nutzer\*innen** und wurde Anfang 2023 durch den "Unreal Editor for Fortnite" für Kreative geöffnet. Jeder kann nun eigene Spielinseln erstellen, was individuelles Marketing in Fortnite ermöglicht.

Als eine der ersten hat Nike mit „Airphoria“ eine Fortnite Welt erschaffen, in der User\*innen nach den einzigartigen Sneakers als virtuelle Sammlerstücke (NFT) jagen können. Zusätzlich kann man im Fortnite Shop Nike Accessoires für seinen Avatar kaufen.

3D Webpage  
mit  
360° Fotos

3D Webpage  
mit  
360° Assets

Metaverse  
Ecosystem

Metaverse  
Space

Gaming



umdasch  
group

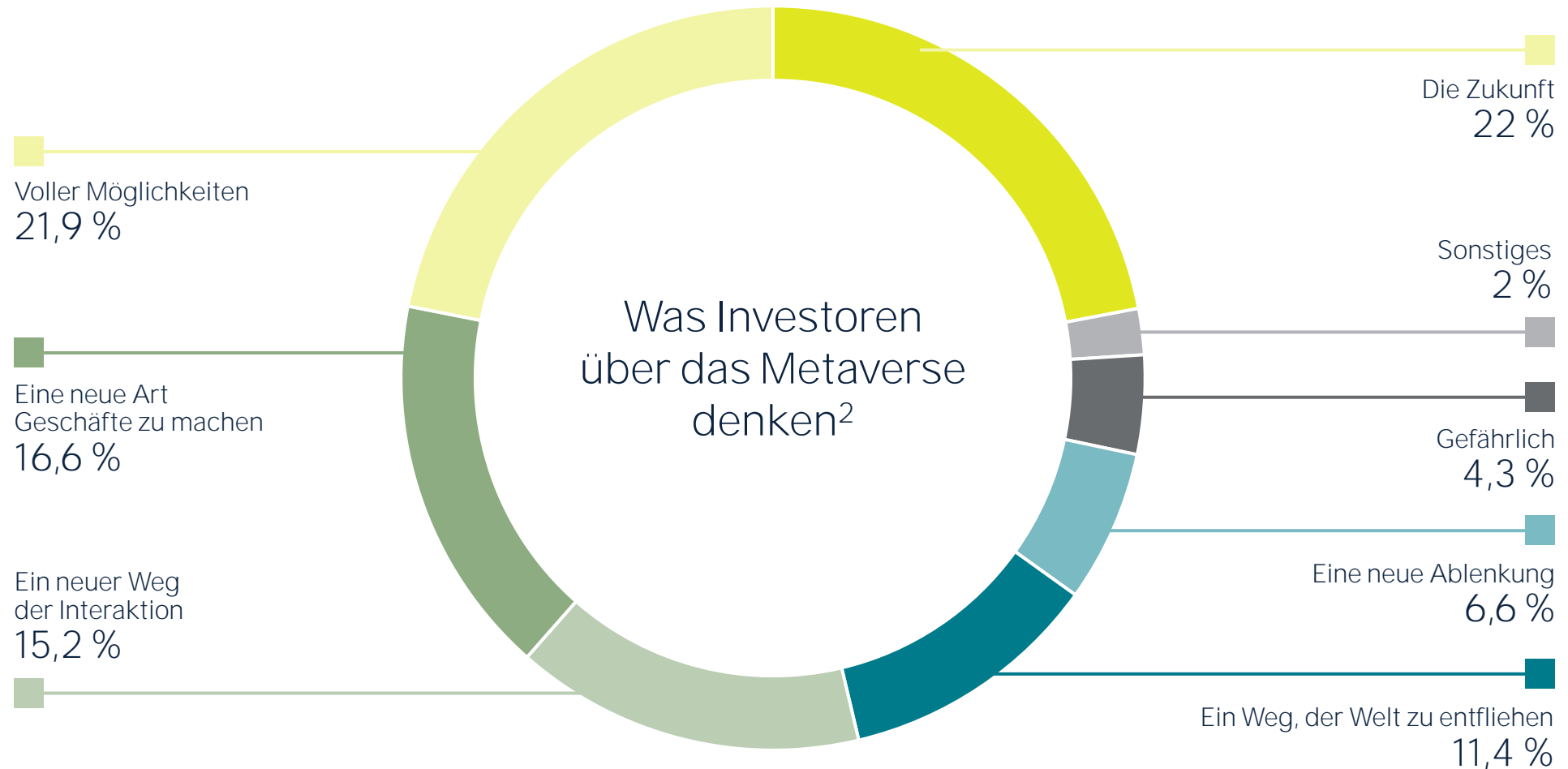
# Potentiale & Nutzen



# Potential in Zukunft

2030 werden Global Marktumsätze von 5 Billionen Dollar prognostiziert<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Quelle: "Value creation in the metaverse. The real business of the virtual world" by McKinsey & Company, Juni 2022  
<sup>2</sup>Quelle: Metaverse for Business, Sortlist 27.09.2022



# Vorteile von Virtual Spaces



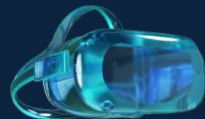
## Grenzenlos

Durch seine Eigenschaft als virtuelle 3D-Welt beseitigen Virtual Spaces sämtliche physische und digitale Einschränkungen. 24/7 weltweit verfügbar.



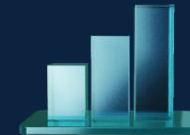
## Umweltauswirkungen

Durch die Reduzierung von physischen Reisen & Ressourcenverbrauch kann das Metaverse positive Auswirkungen auf die Umwelt haben.



## Immersive

Eine tiefere Einbindung der Sinne und höhere Teilnahme, unabhängig von der genutzten Technologie (VR/AR Brille oder Smartphone).



## Wirtschaftliche Chancen

Virtual Spaces & das Metaverse schaffen neue Jobs und Einnahmequellen durch virtuelle Immobilien, digitale Kunst, Mode, Shoppen und mehr.



# Ihr Einstieg in die virtuelle Welt




# Starten Sie in die Virtuelle Welt

Starten Sie mit einer kleinen Präsenz mit großem Impact!

Es ist einfacher als gedacht. Starten Sie mit einem kleinen virtuellen Raum, einfach erstellt mittels 360°-Fotos oder 3D Modelle. Laden Sie Kund\*innen, Mitarbeiter\*innen und Stakeholder ein und interagieren Sie mit ihrer Zielgruppe.

Wir unterstützen Sie!

 Buchen Sie ein  
kostenloses  
Beratungsgespräch  
>> hier



**umdasch**  
group

# Ihre Chancen & Nutzen



Verlängern Sie Ihre Customer Journey in den virtuellen Raum und nutzen Sie die neuen Möglichkeiten.



Seien Sie Pionier in Marketing und Kommunikation. Positionieren Sie sich und Ihre Marke als innovativ.



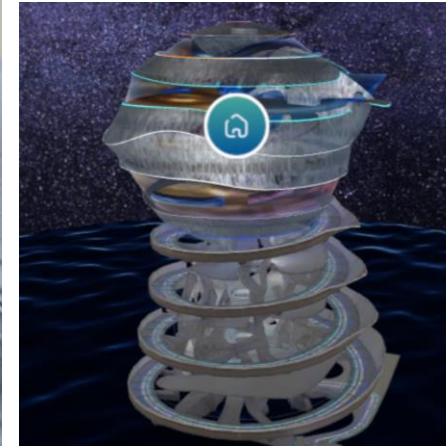
Sprechen Sie bestehende und neue Zielgruppen mit innovativen Use Cases für neue Sales-Kanäle an.

# Gemeinsam einsteigen

Wo wir Sie mit unseren Services und Kompetenzen unterstützen können

## Erstberatung:

- Workshops zur Sammlung von Potentialen und Ideen.
  - Beratung zu Plattformen.
- Entwicklung und Evaluierung von Konzepten.

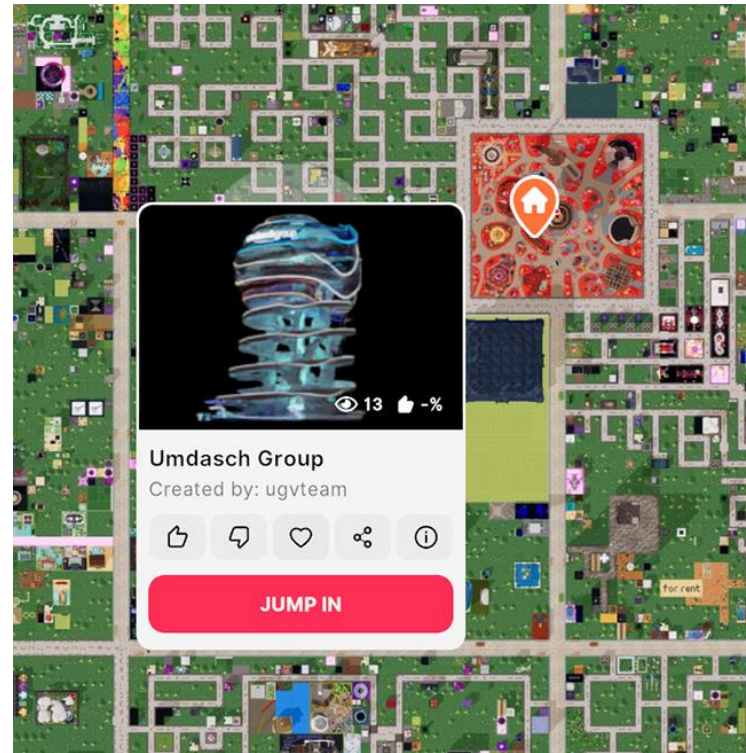


## Management des virtuellen Building Lifecycle:

- Abwicklung Landkauf/Miete.
- Gebäudeentwicklung: User Journey und Architektur.
- Umsetzung: 360 & 3D.
- Betrieb: Features, Analytics.
- Wartung und Optimierung.

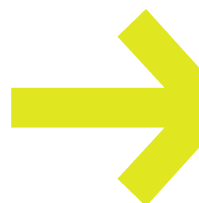
## Information:

- Schulungen zu Virtual Spaces & Metaverse.
  - Workshops zur Exploration von Technologien und Use Cases.
  - Key Note Präsentationen.
- Entwicklung und Evaluierung von Konzepten.



## Virtual Space Marketing:

- Marketing Use Case Definition.
- Konzept zu User Engagement und Interaktion.
- Integration in die Kommunikationsstrategie.
- Umsetzung.

 Buchen Sie ein  
kostenloses  
Beratungsgespräch  
>> hier

# Über uns & Impressum



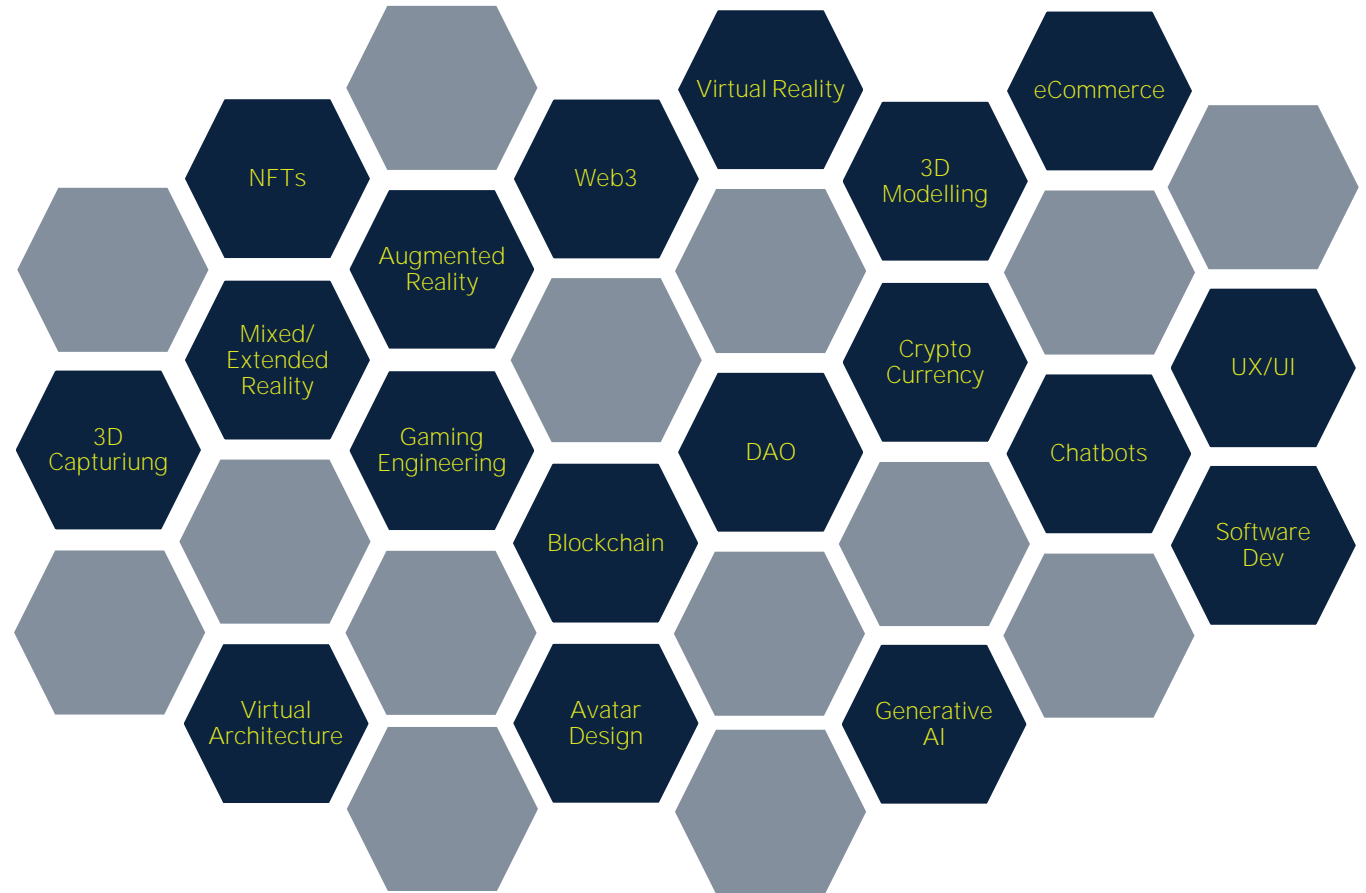
# Umdasch Group Ventures

## Über uns

Die Umdasch Group Ventures ist der Innovation Hub der Umdasch Group und widmet sich der Erforschung zukunftsweisender Trends und Technologien im Bau und Einzelhandel. Unser Fokus liegt auf der Identifizierung von Wachstumschancen und der Erschließung neuer Geschäftsfelder für unsere Divisionen.

Unsere Divisionen umfassen Doka, mit innovativen Schalungs- und Gerüstlösungen, sowie umdasch The Store Makers, die außergewöhnliche Store-Konzepte, Ladeneinrichtungen und digitale Lösungen im Handel realisieren.

Unsere Mission ist es, Räume zu schaffen und zu gestalten. Dabei konzentrieren wir uns neben physischen Räumen auch auf die Möglichkeiten virtueller Spaces. Hierbei vereinen wir unsere gruppenweiten Expertisen in Architektur, 3D-Design und Digitalisierung, um virtuelle Welten für Menschen erlebbar zu machen.



Trend & Technologie Spektrum  
Virtual Spaces

# Impressum

## Herausgeber

Umdasch Group Ventures GmbH  
Josef Umdasch Platz 1  
3300 Amstetten, Austria  
retail@umdaschgroup-ventures.com

Wir unterstützen Sie bei der  
Entdeckung **der** „**Virtuellen Welten**“

Für weitere Information besuchen

Sie unsere Website unter:

[www.umdaschgroup-ventures.com/retail-solutions](http://www.umdaschgroup-ventures.com/retail-solutions)

## Redaktion & Team




**Maria Tagwerker-Sturm**  
Head of Portfolio Retail Solutions  
Manager Virtual Spaces  
maria.tagwerker@umdaschgroup.com



**Junghwo Park**  
Virtual Design and Construction  
Metaverse Architect  
junghwo.park@umdaschgroup.com



**Ersan Ismani**  
Virtual Spaces Engineer & 360 Artist  
ersan.ismani@umdaschgroup.com

 Buchen Sie ein  
kostenloses  
Beratungsgespräch  
>> hier

© Copyright 2024, Umdasch Group Ventures GmbH

Photo Credits: AI generated Images by leonardo.ai, decentraland.org,  
sandbox.game, upland.me, odyssey.stream, spatial.io, nike.com, gucci.com

Whitepaper Virtual Spaces DE V2 03/2024, Änderungen und Irrtümer vorbehalten.