

MCS testet „Virtual Reality im E-Commerce“

Der Marketing Club Salzburg war zu Gast an der Fachhochschule in Puch

Ganz im Zeichen virtueller Erlebniswelten stand der Clubabend des Marketing Club Salzburg an der Fachhochschule in Puch. Denn Virtual Reality (VR) könnte für Online-Shops die Brücke vom digitalen zum realen Einkaufserlebnis schlagen. Ein Forschungsteam unter der Leitung von Christine Vallaster vom Studiengang Betriebswirtschaft unterstützt Unternehmen auf ihrem Weg zum virtuellen Online-Store.

Online-Shopping ist bequem, spart Zeit und funktioniert unabhängig von Öffnungszeiten. Doch das Einkaufen vom Sofa aus hat eine Hürde: Kunden möchten die Produkte, die sie kaufen, auch ausprobieren können.

In ihrem Vortrag stellten der Marketingexperte Arno Kinzinger sowie der VR-Spezialist Markus Tatzgern eine geeignete Lösung



V.l.n.r.: Christine Vallaster (FH), Markus Tatzgern (FH), Sonja Henhapl-Röhrich (MCS), Arno Kinzinger (FH) und Ingrid Langthaler (FH).

BILD: MCS / UWE BRANDL

für dieses Problem dar: Mit Hilfe von Virtual Reality (VR) können sich die Kunden virtuell durch Online-Shops bewegen, wie in einem richtigen Laden stöbern und die Produkte auch ausprobieren.

Im Anschluss an den Vortrag über das Forschungsprojekt konnten die Mitglieder des MCS sogleich zur Tat schreiten: Ausgestattet mit einer VR-Brille und einem speziellem Handschuh war es ihnen möglich, in einem ei-

gens entwickelten VR-Online-shop mit Produkten zu interagieren und so einen spannenden Blick auf das Shopperlebnis der Zukunft zu werfen.

Informationen auch unter: mymarketingworld.at

ANZEIGE