

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------|--|----|
| 1. | Metaverse – Einleitung und Überblick..... | 1 |
| 1.1. | Warum das Metaverse heute relevant ist | 1 |
| 1.2. | Grundlegende Begriffe einfach erklärt:VR, AR, MR, XR und das Metaverse..... | 3 |
| 1.3. | Von der Vision zur Realität: historische Entwicklung | 5 |
| 1.4. | Technologische Treiber heute..... | 8 |
| 1.5. | Erste Plattformen und Anwendungen – Beispiele, die man kennen sollte..... | 11 |
| 1.6. | Warum sich Entscheider jetzt damit beschäftigen sollten | 18 |
| 2. | Konkrete Anwendungen des Metaverse in Unternehmen..... | 25 |
| 2.1. | Einführung: Vom Konzept zum Einsatz | 25 |
| 2.2. | Marketing und Vertrieb | 26 |
| 2.3. | HR und Schulung..... | 30 |
| 2.4. | Kundenservice und Beratung..... | 35 |
| 2.5. | Events und Kollaboration | 40 |
| 2.6. | Ausblick: Was kann Ihr Unternehmen heute tun? | 45 |
| 3. | KI – Der Gamechanger im Metaverse..... | 49 |
| 3.1. | Agentic AI: Virtuelle Assistenten, Avatare und Berater mit eigener „Intelligenz“..... | 51 |
| 3.2. | Personalisierung & Experience-Optimierung | 53 |
| 3.3. | Smart Banking im Metaverse – KI-basierte Beratung in virtuellen Welten | 56 |
| 3.4. | Predictive Use Cases: KI-Analysen und Prozessoptimierung in Echtzeit..... | 59 |
| 3.5. | Neue Geschäftsmodelle: Autonome Shops, dynamische Preise, datengetriebene Erlebnisse | 62 |
| 3.6. | Fazit: Was Unternehmen heute vorbereiten sollten | 65 |
| 4. | Strategische Überlegungen vor dem Einstieg ins Metaverse ... | 69 |
| 4.1. | Warum gerade jetzt eine Metaverse-Strategie entwickeln?..... | 70 |
| 4.2. | Relevanz für Unternehmen, Branche und Kunden prüfen..... | 73 |

| | |
|--|------------|
| 4.3. Einbindung der richtigen Stakeholder im Unternehmen | 77 |
| 4.4. Strategische Risiken und Unsicherheiten abfedern | 81 |
| 5. Mit Design Thinking vom Konzept zur Metaverse-Anwendung | 89 |
| 5.1. Design Thinking: Nutzerzentrierung, Iteration und Teamwork ... | 90 |
| 5.2. Anwendung des Design Thinking auf Metaverse-Projekte | 93 |
| 5.3. Agile Methoden als Ergänzung: Lean Startup, Scrum und Rapid Prototyping..... | 101 |
| 5.4. Technologie-Entscheidungen: Plattformwahl, Partner und digitale Souveränität..... | 105 |
| 5.5. Vom Pilotprojekt zum Rollout: Budgetierung, Implementation und Change-Management..... | 109 |
| 5.6. Fazit: Durchstarten mit Design Thinking..... | 113 |
| 6. Technologische und organisatorische Voraussetzungen | 115 |
| 6.1. Technologische Infrastruktur..... | 116 |
| 6.2. Datenmanagement..... | 118 |
| 6.3. Sicherheitsaspekte | 121 |
| 6.4. Organisatorische Voraussetzungen | 123 |
| 6.5. Skalierung: Vom Pilotprojekt zur robusten Plattform..... | 126 |
| 6.6. Branchenübergreifende Beispiele | 128 |
| 7. Geschäftsmodelle und rechtliche Rahmenbedingungen im Metaverse | 133 |
| 7.1. Mögliche Geschäftsmodelle im Metaverse: Überblick | 134 |
| 7.2. Plattformökonomie, Tokenisierung und digitale Assets | 137 |
| 7.3. Monetarisierungsansätze im Metaverse | 139 |
| 7.4. Chancen und Herausforderungen für verschiedene Branchen | 142 |
| 7.5. Rechtliche Rahmenbedingungen im Metaverse | 145 |
| 7.6. Recht aktiv gestalten und nutzen: Handlungsempfehlungen... | 150 |
| 7.7. Fazit | 152 |
| 8. Gesellschaftliche Auswirkungen des Metaverse – Chancen und Verantwortung | 153 |
| 8.1. Auswirkungen auf Bildung und lebenslanges Lernen..... | 154 |
| 8.2. Digitale Teilhabe: Wer profitiert, wer bleibt außen vor?..... | 156 |

| | |
|--|------------|
| 8.3. Arbeitswelt im Wandel: Neue Jobprofile, virtuelle Zusammenarbeit, Connected Worker..... | 158 |
| 8.4. Nachhaltigkeit im Metaverse: Energieverbrauch vs. CO ₂ -Einsparpotenzial | 161 |
| 8.5. Digitale Identität, Selbstwahrnehmung und soziale Interaktion | 164 |
| 8.6. Rolle von Unternehmen: Chancen nutzen, Verantwortung übernehmen..... | 167 |
| 9. Zukunft des Metaverse – Entwicklungen und strategische Trends | 173 |
| 9.1. Strategische Frühindikatoren und Signale..... | 174 |
| 9.2. Technologische Wegbereiter des Metaverse | 178 |
| 9.3. Wandel der Nutzererwartungen..... | 183 |
| 9.4. Verschiebung der Plattformökonomie: Dezentralisierung, Creator Economy, Open Metaverse..... | 186 |
| 9.5. Rolle von Regulierung und Politik als Gestaltungskraft..... | 190 |
| 9.6. Empfehlungen für die strategische Vorbereitung..... | 193 |
| 10. Fazit: Das Metaverse gemeinsam gestalten | 201 |
| 10.1. Zentrale Erkenntnisse im Überblick..... | 202 |
| 10.2. Offenheit und Mut: Jetzt Erfahrungen sammeln | 205 |
| 10.3. Verantwortung: Wirtschaft, Politik und Bildung sind gefordert | 207 |
| 10.4. Werden Sie Teil des Wandels | 208 |