

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