

## **Status Quo und mögliche Chancen für den Einsatz von Augmented Reality und Virtual Reality in Ausflugszielen**

---

Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Touristic Project Seminar“ haben 13 Studierende am Institut für Service Marketing und Tourismus der Wirtschaftsuniversität (WU) Wien unter der Leitung von Dr. Wolfgang Sovis das Thema der Augmented Reality / Virtual Reality (AR/VR) und deren Anwendung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ untersucht. Insbesondere wurde versucht, den Status der aktuellen AR/VR-Anwendungen zu erheben und die Zukunftschancen dieser Technologie einzuschätzen.

Dazu wurden neben einer Literaturrecherche über unterschiedliche Anwendungsbereiche und die Entwicklung von Hard- und Softwarelösungen auch rund 400 Personen befragt (Schwerpunkt: 60% der Befragten im Alter zwischen 13 und 25 Jahren), die als potenzielle Gäste von Freizeiteinrichtungen in Frage kommen und als wichtiger Kernbereich der Arbeiten auch 172 Freizeiteinrichtungen (Schwerpunkt: Museen und Freizeitpark) in den Ländern Deutschland, Schweiz und Österreich zu ihren Erfahrungen und Vorhaben bezüglich der Anwendung von Augmented Reality und/oder Virtual Reality schriftlich befragt.

Bezüglich der potenziellen Gäste wurde deutlich, dass weniger als ein Fünftel bereits mit AR/VR in Berührung gekommen war. Aufmerksam wurden diese Personen zum ersten Mal auf AR/VR hauptsächlich über das Internet, Radio/Fernsehen oder Verwandte. Bezüglich der verwendeten Hardware wurden Anwendungen auf Smartphonebasis am häufigsten genutzt, gefolgt von Tablets und Screens – Smartglasses waren zwar mit deutlichem Abstand unter den am wenigsten genutzten Hardwarekomponenten, der Wunsch, diese in Zukunft zu nutzen, war aber bei Smartglasses am stärksten ausgeprägt. Beim Zweck der Nutzung von AR/VR stand die Orientierung und Navigation an vorderster Stelle. Für rund 73% der Befragten würde ein AR/VR-Erlebnis eine touristische Einrichtung interessanter machen, fast 80% der Befragten würde AR/VR in Zukunft (privat) auch gerne verwenden und dies am ehesten für Unterhaltung und Orientierung. In touristischen Einrichtungen wäre etwa ein Drittel der Befragten bereit, bis zu 5 Euro für AR/VR-Anwendungen als Aufpreis zu bezahlen, ein weiteres Drittel der Befragten würde bis zu 10 Euro Aufpreis bezahlen. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten würde durch die Einführung der AR/VR-Technologie dazu angeregt werden, öfter touristische Einrichtungen/Freizeiteinrichtungen zu besuchen.

Rund 78% der befragten Freizeiteinrichtungen kennen AR/VR zumindest als Begriff, rund ein Drittel der Einrichtungen setzt AR/VR aktiv ein oder plant, diese Technologie in Zukunft einzusetzen. Von jenen Unternehmen, die AR/VR bereits jetzt anwenden, wird die entsprechende App den Gästen überwiegend gratis zur Verfügung gestellt, die Hardware ist überwiegend kostenpflichtig. Zielgruppenerweiterung, Wettbewerbsvorteile, bessere Kundenzufriedenheit und bessere Wissensvermittlung gehören zu den wichtigen Motiven/Zielen der Betriebe in Zusammenhang mit AR/VR. Schwierigkeiten sehen die Unternehmen vor allem im Bereich der Kosteneffizienz und der Möglichkeit von Substitutionseffekten durch die Nutzung von AR/VR durch die (potenziellen) Gäste von zu Hause aus.

Jene Unternehmen, die erst in Zukunft AR/VR zur Verfügung stellen wollen, planen überwiegend sowohl die nötige App als auch die Hardware den Gästen kostenlos zur Verfügung zu stellen und wollen die Technologie überwiegend zur Wissensvermittlung und Veranschaulichung einsetzen. Unsicherheiten verspüren diese Unternehmen ebenfalls im Bereich der Kosteneffizienz und auch generell in der Ungewissheit des Erfolges durch AR/VR.

Fazit der bisherigen Erkenntnisse: Die Verwendung von Augmented Reality- und/oder Virtual Reality-Anwendungen in Freizeiteinrichtungen kann sich positiv auf das Besucheraufkommen – insbesondere bei den jüngeren Zielgruppen - auswirken. Der Preis/Aufpreis (Schwerpunkt: Hardware) dafür sollte nicht höher als 10 Euro pro Besucher betragen. Je nach verwendeter Hardware empfiehlt es sich, den Besuchern vorweg allfällige Ängste zu nehmen (Schwindel, Übelkeit, etc.). Beim in Aussicht gestellten Nutzen kann dem Gast ein Mehr an Unterhaltung beim Besuch der Einrichtung versprochen werden. Potenzielle Gäste aus jüngeren Altersgruppen und aus eher städtischen Räumen kommen als Zielgruppe für Augmented Reality- und/oder Virtual Reality-Anwendungen verstärkt in Frage.

Wir danken allen privaten Personen und Betrieben, die sich für die Befragungen der Studierenden Zeit genommen haben und damit die Forschungsarbeit wesentlich unterstützt haben. Erste Ergebnisse aus dem Projekt liegen nun vor, das Forschungsprojekt wird im kommenden Semester weitergeführt, um in einigen Bereichen weitere und detailliertere Aussagen und Managementempfehlungen gewinnen zu können.

Dr. Wolfgang Sovis, CMC  
Wien, im September 2016