Bitkom e.V. |

Virtual Reality wartet noch auf den Durchbruch

- 9 von 10 Bundesbürgern haben schon von Virtual Reality gehört
- Jeder Sechste hat eine VR-Brille ausprobiert
- Vor allem Spiele und virtuelles Reisen sind beliebt

Berlin, 2. Juli 2018 - Virtual Reality wird als „Next Big Thing“ der Technologie-Branche gehandelt, bei der Nutzung sind die Verbraucher derzeit aber noch zurückhaltend. Jeder sechste Bundesbürger (16 Prozent) hat Virtual Reality schon einmal ausprobiert, etwa bei Freunden, auf einer Messe oder im Museum. Und 8 Prozent besitzen bereits eine eigene VR-Brille. Damit liegen die Werte leicht über dem Niveau des Vorjahres, als 13 Prozent angaben, VR schon einmal ausprobiert zu haben und 6 Prozent eine VR-Brille besaßen. Dabei bleibt das Potenzial für VR hoch: Aktuell können sich 17 Prozent vorstellen, künftig in virtuelle Realitäten einzutauchen. 22 Prozent können es sich im Moment noch nicht recht vorstellen, ein Drittel (34 Prozent) schließt die Nutzung für sich grundsätzlich aus. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 1.007 Personen ab 14 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Virtual Reality ist für viele noch eine abstrakte Technologie, denn es fehlen oft Orte und Gelegenheiten, wo man die Technologie erleben kann“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „In der Industrie hilft Virtual Reality heute schon dabei, Arbeitsabläufe zu optimieren, demnächst ziehen die Verbraucher nach. Unternehmen arbeiten derzeit daran, wie man die Technologie etwa in Bildungsprojekten oder in der Touristik einsetzen kann.“

Zumindest vom Hörensagen ist Virtual Reality aber längst in allen Altersgruppen angekommen: Rund 9 von 10 Bundesbürgern (89 Prozent) haben bereits davon gehört oder gelesen. Besonders bei den Jüngeren zwischen 14 und 29 Jahren kennen nahezu alle den Begriff (97 Prozent), bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 93 Prozent. Unter den 50- bis 64-Jährigen haben 88 Prozent von Virtual Reality gehört oder gelesen und bei der Generation 65plus 78 Prozent.

Die Nutzer von Virtual Reality haben damit vorrangig Computer- und Videospiele gespielt (72 Prozent), virtuell Reiseziele erkundet (43 Prozent) oder Filme angeschaut (38 Prozent). Jeder Vierte hat in virtuellen Räumen seine Wohnungs- und Häuserplanung visualisiert (26 Prozent) und jeder Sechste eine VR-Brille beim Sport genutzt (17 Prozent). 12 Prozent haben außerdem Musikkonzerte besucht und 8 Prozent VR-Erfahrungen mit Bildungs- und Lernprojekten gesammelt. „Für viele Technologien ist der Spiele-Markt der erste Schritt zum Durchbruch in den Massenmarkt, so auch bei VR. Gerade im Bereich des digitalen Lernens bietet VR vielfältige Anwendungschancen, etwa beim Einsatz in Museen oder im Schulunterricht“, so Rohleder.

Ganz besonders die Möglichkeit, virtuelle Reisen anzutreten, reizt auch diejenigen, die sich vorstellen können, die Technologie zukünftig zu nutzen (53 Prozent). 49 Prozent würden damit in dreidimensionale Welten von Computer- und Videospielen eintauchen, ebenso viele Filme schauen (49 Prozent). Rohleder: „Der Virtual-Reality-Markt ist jung und enorm vielversprechend. Jetzt geht es vor allem darum, Gelegenheiten zu bieten, bei denen man die Technologie ausprobieren kann.“

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.007 Personen ab 14 Jahren telefonisch befragt. Die Fragestellungen lauteten: „Haben Sie bereits von Virtual Reality gehört bzw. gelesen?“, „Können Sie sich vorstellen, eine solche Virtual Reality-Brille zu nutzen?“, „Für welche Inhalte haben Sie eine Virtual Reality-Brille bereits genutzt?“ und „Für welche Inhalte würden Sie eine Virtual Reality-Brille nutzen?“

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Sebastian Klöß
Leiter Märkte & Technologien
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Virtual-Reality-wartet-noch-auf-den-Durchbruch.html***