

AUGMENTED REALITY

Unter erweiterter Realität, Augmented Reality versteht man die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Diese Information kann alle menschlichen Sinnesmodalitäten ansprechen.

Häufig wird jedoch unter erweiterter Realität nur die visuelle Darstellung von Informationen verstanden, also die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung oder Überlagerung. Bei Fußball-Übertragungen ist erweiterte Realität beispielsweise das Einblenden von Entfernungen bei Freistößen mithilfe eines Kreises oder einer Linie.

Augmented-Reality Anwendung könnte in praktisch allen Bereichen des Alltags zum Einsatz kommen. Monteure könnten sich den nächsten Arbeitsschritt direkt in ihr Sichtfeld einblenden lassen. Soldaten oder Katastrophenhelfer könnten sich Ziele und Gefahrenzonen im Gelände anzeigen lassen und Designer könnten mit tatsächlich und virtuell anwesenden Kollegen am selben dreidimensionalen Modell arbeiten. Mit fortschreitender Technologie lassen sich futuristische Anwendungsszenarien durch Augmented-Reality Anwendung erschließen. Elektronische Geräte, die nur virtuell existieren, aber auf echte Berührungen reagieren, künstliche Sinneserweiterungen wie den „Röntgenblick“ und Computerspiele in freiem Gelände.



Ein Beispiel für eine Augmented-Reality Anwendung sind die in Echtzeit eingeblendeten virtuellen Marken bei Sportübertragungen: Verschiedene Entfernungen der Konkurrenten beim Skispringen, Weitwurf usw.

Im privaten Umfeld kommt Augmented Reality praktisch ausschließlich auf Smartphones oder Tablets zum Einsatz. Laut einer repräsentativen Umfrage von 2020 haben 13 Prozent der Menschen in Deutschland ab 16 Jahren Augmented Reality auf dem Smartphone genutzt. Das waren fast doppelt so viele wie im Jahr 2019.

Es ist unbestritten, dass Menschen vor allem über das Visuelle, über Geräusche und Bewegung emotional mit einer Marke in Verbindung treten.

Dies haben wir bereits beim analogen und digitalen Fernsehen erlebt. Doch je besser die Technologie wird, desto weniger geht es bei Kundenerlebnissen allein um das, was man sieht.

Beispiele:

- industrielle Anwendungen
- Navigation
- Kunst
- Digitale Kameras

augmented reality will change our life