



# **AUGMENTED & VIRTUAL REALITY**

**STUDIE 2019**

**COMPUTERWOCHE**  
VON IDG

 **IDG**



# Augmented & Virtual Reality

## Hintergrund der Studie

Nachdem Augmented, Mixed und Virtual Reality im Business-Umfeld lange Zeit in den Technik-Spielwiesen Vertrieb und Marketing zum Einsatz kamen, erstrecken sie sich nun allmählich über die gesamte Wertschöpfungskette, ausgehend vom Design bis hin zu Produktion, Training, Service und Betrieb. Der Grund: Es gibt inzwischen zahlreiche Anwendungsfälle, in denen sich durch die Überlagerung der realen Welt mit Informationen (AR/MR) bzw. das Eintauchen in eine virtuelle Welt (VR) wirtschaftlicher Mehrwert schaffen und Kosten reduzieren lassen. Doch welche Szenarien eignen sich überhaupt für AR/MR/VR? Wer im Unternehmen zeichnet für ein entsprechendes Projekt verantwortlich und was muss man beachten, damit es zum Erfolg wird?

# Augmented & Virtual Reality

## Studiendesign

### Fragestellungen

- Wie weit sind die Anwenderunternehmen in Hinblick auf AR/VR?
- Welche Szenarien eignen sich bzw. werden bevorzugt genutzt?
- Was sind die Kriterien, dass bevorzugt AR bzw. VR verwendet wird? Wie sind die Erfahrungen?
- Wer ist für AR/VR-Projekte im Unternehmen zuständig – IT oder Fachabteilung oder externer Dienstleister?
- Welche Ziele wollen die Unternehmen damit erreichen? Wie wird der Erfolg gemessen?
- Über wieviel Knowhow verfügen die Unternehmen, bzw. wie viel planen sie vorzuhalten?

### Set-Up

**Methode:** Online Befragung (CAWI)

**Grundgesamtheit:**

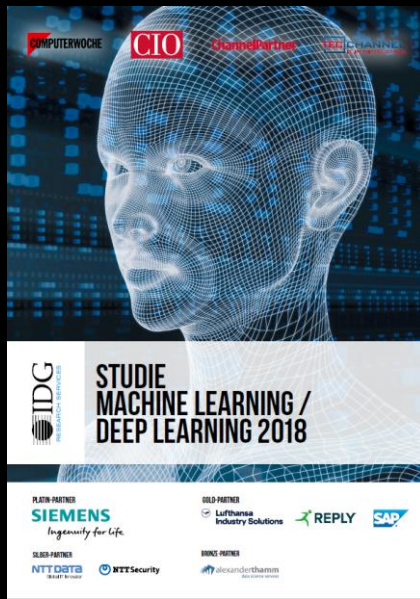
Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: strategische (IT-)Entscheider im C-Level-Bereich, IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich  
→ ca. 50% aus KMUs und 50% aus Großunternehmen

**Teilnehmergenerierung**

Persönliche E-Mail-Einladung über unsere exklusive IDG-Entscheiderdatenbank (SCORE)

**Stichprobengröße**

mind. n=300 Completes



# Augmented & Virtual Reality

## Studienpartnerschaften - Bestandteile

### Research

Möglichkeit unser Research Design von der ersten Stunde zu beeinflussen

### Event

Nutzen Sie die Ergebnispräsentation und den initialen Round Table als Plattform zum Networking und zur Profilierung Ihre Unternehmens & Ihres Standpunktes zum Thema AR & VR.

### Marketing

Transportieren Sie Ihre Statements in redaktionellen Artikeln, unserem Research Broadcast, Social Media Posts, Ihrem Whitepaper, Anzeigen und Ihrem Unternehmensprofil!

### Leads

Nutzen Sie die Studienergebnisse zur Generierung wertvoller Leads. Zum Beispiel über Ihr individuelles Whitepaper oder den Research Broadcast.



# Leistungsumfang Studienpartnerschaften 2019

Paketinhalte	Bronze	Silber	Gold	Platin
Branding als offizieller Studienpartner	✓	✓	✓	✓
Mitarbeit an der inhaltlichen Ausgestaltung des Fragebogens – Anzahl von Fragen, die eingebracht werden dürfen		1	2	3
Studienergebnisse inkl. Interpretation und Infografiken in hochwertiger Survey Report und PDF	25 Ex.	50 Ex.	75 Ex.	100 Ex.
Redaktionelle Berichterstattung zur Studie	✓	✓	✓	✓
Nutzungs- und Vermarktungsrechte der Studienergebnisse (inkl. Branding)	✓	✓	✓	✓
Individuell zu gestaltende <b>Unternehmensdarstellung</b> im Survey ReportSocial	1 Seite	2 Seiten	2 Seiten	2 Seiten
Media Paket – Aufbereitung grafischer Data Bites mit Schlüsselergebnissen der Studie und Distribution über LinkedIn, Twitter und Facebook mit folgender Anzahl garantierter Engagements		500	1.000	1.500
<b>Mailing:</b> Individuelle Zusammenstellung ausgewählter Studieninhalte inkl. Branding und <b>Distribution</b> an eine ausgewählte Zielgruppe (5.000 Kontakte)			✓	✓
<b>Research White Paper zur Leadgenerierung</b> (inkl. Marketing-Basis-Leads)			30 Leads	50 Leads
<b>Video Interview</b> mit einem Unternehmensvertreter inkl. Veröffentlichung auf computerwoche.de			✓	✓
Teilnahme am Ergebnis-Round Table				✓
<b>Paketpreis</b>	<b>€ 9.900</b>	<b>€ 13.900</b>	<b>€ 19.900</b>	<b>€ 23.900</b>

\* alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

# Augmented & Virtual Reality

## Ablauf des Studienprojektes

### Komplettierung der Partnerbasis und des Fragebogens

Anfang Juli 2019

Plan

**Round Table**

14. Mai in München



Execute

**Feldzeit**

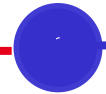
Ende Juli 2019



Analyze

### Analyse und Auswertung

August 2019



Publish

### Ergebnispräsentation

September 2019 in München

**Erstellung der  
Studienbroschüre**

Ende September 2019



# Augmented & Virtual Reality. // Research Team.

## Ihr Kontakt



**Regina Hermann**  
Account Manager Research  
rhermann@idg.de  
+49 89 36086 384



**Jessica Schmitz-Nellen**  
Account Manager Research  
Jschmitz-nellen@idg.de  
+49 89 36086 745



**Nicole Bruder**  
Account Manager Research  
nbruder@idg.de  
+49 89 36086 137

