



Bildquelle: piv

PIV TRENDREPORT KÜNSTLICHE WELTEN VOR DEM DURCHBRUCH

Virtual Reality (VR) ist die Darstellung der Wirklichkeit in einer computer-generierten, interaktiven und virtuellen Umgebung. Augmented Reality (AR) geht einen Schritt weiter und ist die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Dabei sind die Grenzen fließend.

Nun haben die genannten Techniken auf den ersten Blick nicht viel mit dem Drucken gemein, doch ist seit einiger Zeit zu beobachten, dass crossmediale Kampagnen auf Print, VR und AR setzen. Daher erscheint es interessant, dass Analysten Augmented Reality für die kommenden Jahre ein höheres Wachstum als Virtual Reality bescheinigen. Aktuell befindet sich der AR-Markt jedoch noch in einer frühen Phase.

Aktuell setzen AR-Anwendungen vor allem bei mobilen Systemen und Betriebssystemen Impulse, die dem gesamten AR-Markt Auftrieb geben könnten. So soll es laut PIV (Photoindustrie Verband) Ende 2017 eine Vervierfachung der Downloads von AR-Apps im Apple App Store gegeben haben. Experten erwarten daher für die kommenden Jahre rasanten Wachstum bei Software und Services für AR-Inhalte. AR und VR gehören als Ima-

ging-Trendthemen folglich auch zu den Schwerpunkten der photokina im September 2018.

In diesem Zusammenhang glaubt der PIV, dass sich die Impulse aus dem Mobilfunksektor auf den AR-Markt auswirken und neue Zielgruppen im Konsumentenmarkt erschliessen.

Vom Geschäft mit AR-fähigen Sensoren und Bildprozessoren könnten insbesondere Imaging-Unternehmen profitieren. Smartglasses bie-

ten insbesondere im B2B-Bereich langfristige Wachstumsperspektiven. IDC prognostiziert den Absatz von 24 Millionen AR-Headsets (B2C und B2B) für 2021. Ein möglicherweise steigender Bedarf an fotorealistischen AR-Effekten könnte auch Bilddienstleistern Chancen mit 3D-animierten AR-Inhalten bieten.

Nach Einschätzung des PIV sind die Wachstumsprognosen im AR-Markt attraktiv. Digi-Capital prognostiziert für 2022 einen weltweiten Umsatz von 85 bis 90 Mrd. US-Dollar für AR-Hard- und Software-Anwendungen und Deloitte schätzt, dass Konsumenten für AR-Inhalte bereits 2018 rund 100 Mio. \$ ausgeben werden. Ob dieser Blick in die Kristallkugel richtig ist, wird sich noch zeigen.

Zumindest nennt der PIV aber einige Gründe, die den Markt antreiben könnten.

- **Marktdurchdringung:** Die Bedeutung von Smartglasses wird auch im B2C-Markt zunehmen und neue Hard- und Software für Smartphones für starke Verbreitung sorgen.
- **Geringere Markteintrittsbarriere:** Neue Programme vereinfachen die Entwicklung von AR-Apps.
- **Fotografische Qualität:** Bessere Sensoren und optische Systeme erleichtern korrekte und realistischere AR-Effekte.
- **AR-Inhalte:** Neue Webservices machen die Erstellung eigenständiger AR-Inhalte möglich.

› www.piv-imaging.com