

Marken entdecken das Metaverse

400 Besucher bekommen beim ersten Markenfestival in Düsseldorf Einblicke in die neuesten Trends und Entwicklungen rund um die digitalen Paralleluniversen.

Düsseldorf - Das Metaverse gilt nicht nur in der Technologie-Branche als die Zukunft des Internets. Die neue virtuelle Erweiterung der realen Welt beschäftigt zunehmend auch viele Branchen und Marken. Doch gerade in Deutschland und anderen europäischen Ländern ist vielen Bürgern der Begriff und was sich dahinter verbirgt noch unbekannt.

Beim ersten von **ESB Marketing Netzwerk** und **D.LIVE** präsentierten Markenfestival in der **MERKUR SPIEL-ARENA** in Düsseldorf berichteten 60 Top-Speaker über die aktuellsten Entwicklungen rund um die digitalen Paralleluniversen, in denen verschiedene Aktivitäten wie Einkaufen, Arbeiten, Spielen oder Reisen möglich sind. Auf vier Bühnen wurden Trends diskutiert und Entwicklungen vorgestellt. Marken wie Vodafone, PwC, Nissan, Meta, Kaufland oder Hewlett Packard Enterprise präsentierten ihre Strategien im Umgang mit der neuen virtuellen Welt.

„Das Metaverse hat ein Riesenpotenzial“

Die Entwicklung des Metaverse ist in den vergangenen Jahren rasant vorangeschritten – und erwartet wird, dass sie in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird. „Für Brands wird es künftig von großer Bedeutung sein, wie sie die Vielzahl von Möglichkeiten des Metaverse für sich und ihre Zwecke nutzen. Diejenigen, die jetzt einsteigen, legen die Basis für eine Zukunft, in der sich immer mehr Menschen und Brands im Metaverse tummeln werden“, sagt **Marc Herron, Head of Strategy von Sparks**, dessen Agentur in den USA ganzheitliche Markenerlebnisse im Metaverse entwickelt.

Über die Chancen für Marken, die sich als „frühe Mover“ auf dem Weg ins Metaverse ergeben, sagt **Lisa Dauvermann, Head of Commerce Platforms bei Meta (Facebook)**: „Das Metaverse ist die Weiterentwicklung des Internets und hat ein Riesenpotenzial. Gemeinsam wollen wir daran arbeiten, dass sich ein neues Ökosystem entwickelt. Wir bleiben nicht stehen, sondern kreieren einen Mehrwert, der das digitale Leben unter dem Strich einfacher machen soll.“

Christian Maier, Head of Integrated Channel Management bei Vodafone Deutschland, sieht in den Möglichkeiten des Metaverse nicht nur für Kommunikationsunternehmen eine große Chance, die es zu nutzen gilt: „In den nächsten Jahren wird das Thema Metaverse für Unternehmen aus allen Branchen stetig und massiv an Bedeutung gewinnen. Das, was wir gerade erleben, ist erst noch eine Transformationsphase.“ Auch im Bereich Stadtmarketing und Tourismus nimmt das Metaverse zunehmend eine wichtigere Rolle ein, wie **Armin Möller, Leitung Daten & Innovation bei Tirol Werbung**, erklärt: „Es braucht ein neues Zielgruppensystem, das Motive der Konsument:innen und ihr Verhalten miteinbezieht. Das ‚Warum‘ ist das neue ‚Wohin‘.“

Trends und Innovationen zum Erleben und Ausprobieren

Neben dem fachlichen Input wurden auf dem Festivalgelände in der MERKUR SPIEL-ARENA die neuesten Trends und Innovationen aus der Markenwelt präsentiert. Auf der Presenter-Ebene gab es Innovationen und neue Dienstleistungen zu sehen und zu erleben. „Ziel des Festivals war es, das Potenzial des Metaverse für Unternehmen aufzuzeigen und Wege zu finden, wie Marken die neue Technologie für sich in Zukunft noch besser nutzen können“, sagt **Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer ESB Marketing Netzwerk**.

Auch **Christian Poschmann, Executive Director Corporate Events bei D.LIVE**, zog ein positives Fazit: „Wir sind sehr zufrieden mit der Erstaufgabe des Markenfestivals. Die **MERKUR SPIEL-ARENA** hat mit der Ausrichtung wieder einmal ihre Vielseitigkeit und Flexibilität bewiesen. Dass wir dieses Event mit vier verschiedenen Bühnen und der dazugehörigen Ausstellungsfläche auf diese Art und Weise durchführen konnten, zeigt die Variabilität der Arena, die sie zu einem perfekten Veranstaltungsort macht.“ Das Markenfestival soll in Zukunft ein Treffpunkt für Enthusiasten und Experten werden, um über die Zukunft des Metaverse zu diskutieren. Das nächste Markenfestival findet am 20. September 2023 in Düsseldorf statt.

Weitere Informationen unter: <https://www.markenfestival.com/>

Rückfragehinweis und Medienkontakt:

Gabriele Griesenböck

ESB Marketing Netzwerk

griessenboeck@esb-online.com

+43 676 835 216 17

www.markenfestival.com