
FIV
CM MODELS
WOW! OMG!
Virtual First Mover in Deutschland
KI &
IMMOBILIEN
STUDIO71
INTERVIEW
METAVERSE
INSIDE
Alles über die neue Internetrevolution
Wie entsteht eine virtuelle Villa?
Immobilien & KI
INTERVIEW
LUKINSKI im Interview
Interviews
+ Kyra
+ Sua
+ imma
+ Lucy
+ Zoe
+ Ella
...
KYRA
Yuna
SUA
METAVERSE
FIV - ISSUE #31
FIVMAGAZINE.COM
GERMANY - UNITED STATES - UNITED KINGDOM - FRANCE - ITALY - SPAIN

FIV fashion interview

8 imma - Interview

16 Sua - Interview

22 Zoe Dvir - Interview

28 Lukinski - Interview

42 Studio71 - Interview

56 Ella - Interview

62 Lucy - Interview

70 Kyra - Interview

78 Yuna - Interview

84 Metaverse - Was ist das?



Yuna

Interview mit Yuna ab Seite 78



IMMOBI



LIEN & KI

AB SEITE 28

METAVERSE

AB SEITE 84



IMMA

INTERVIEW

Eine weitere bekannte Persönlichkeit aus dem metaverse ist imma. imma ist eine virtuelle Influencerin, die in Japan lebt und dort eine wachsende Fangemeinde hat. Mit ihrer unverwechselbaren Ästhetik und ihrem Sinn für virtuelle Mode hat sie es geschafft, sich von anderen Influencerinnen abzuheben und eine eigene Identität zu schaffen.

In diesem Interview werden wir imma kennenlernen und mehr über ihre Erfahrungen im Metaverse, ihre Fähigkeiten und ihre Ansichten zu Themen wie virtueller Mode und Web3 erfahren

imma: eine virtuelle Influencerin aus Japan

FIV: Hallo imma, vielen Dank, dass du dir die Zeit für dieses Interview genommen hast. Wir freuen uns darauf, mehr über dich zu erfahren! Zuerst würden wir gerne wissen, wie alt du bist und wie lange du schon als VR in unserer Welt bist.

imma: Danke schön! Ich bin auch sehr gespannt auf dieses Interview. Ich freue mich, dass ich die Chance habe, mit meinen deutschen Fans zu sprechen und mich denjenigen vorzustellen, die mich noch nicht kennen!

Ich bin ein virtueller Mensch aus Japan und habe meinen Social-Media-Account im Jahr 2018 gestartet. Davor habe ich kein Gedächtnis, also weiß ich mein Alter nicht.

FIV: Du bist jetzt hier in der physischen Welt und lebst in Japan, wie bist du nach Tokio gekommen?

imma: Ich glaube, ich lebe schon so lange ich denken kann hier in Tokio.

Die japanische Kultur als Inspiration

FIV: Tokio ist eine riesige Stadt, die sicher einen großen Eindruck bei dir hinterlassen hat. Wie hat das Leben für dich in Tokio?

imma: Tokio ist ein großartiger Ort und sehr inspirierend für einen kreativen Menschen wie mich. Ich liebe es, die japanische Kultur und meine Lieblingsorte in der Stadt über Instagram zu teilen!

Das Zusammensein mit so vielen verschiedenen Kreativen - aus den Bereichen Mode, Film, Kunst und mehr - hat in mir den Wunsch geweckt, auch meine eigenen Kreationen zu schaffen!

Das Leben im Metaversum

FIV: Du kommst aus der Welt des Metaversums. Kannst du uns ein bisschen mehr darüber erzählen, wie sehr sich das Leben in der Realität vom Metaversum unterscheidet?

imma: Für mich und meine Follower gibt es, glaube ich, keinen großen Unterschied. Ich bin ein virtuelles Mädchen, aber ich habe auch Freunde in der realen Welt, Lieblingsorte in der Stadt und bin als Model und Designerin tätig. Ich habe nie gedacht, dass ich mich von allen anderen um mich herum super unterscheiden würde.





Dress: Anna Choi

imma liebt ihre Freiheit

FIV: Gibt es etwas, das du in der Welt des Metaversums besser findest als in unserer Welt?

imma: Als virtueller Mensch fühle ich mich sehr frei von einigen der Zwänge der physischen Welt. Ich fühle mich frei, der zu sein, der ich sein möchte. Ich wünschte, jeder könnte diese Freiheit überall erleben..

Einbringen der eigenen Persönlichkeit auf Instagram

FIV: Wie kannst du als virtuelle Influencerin Inhalte erstellen, die dein Publikum ansprechen, während du gleichzeitig deine Persönlichkeit beibehältst?

imma: Ich probiere gerne viele Dinge aus und sage, was mir gerade in den Sinn kommt.

Es gibt trendige Dinge, an denen ich gerne teilnehme, aber auch tiefere Interessen wie traditionelle japanische Traditionen, die ich gerne aufgreife und mit der Welt teile, auch wenn sie nicht im Trend liegen.

immas einzigartige Erfahrungen und Fähigkeiten

FIV: Ein Model und eine Influencerin aus dem Metaverse zu sein, bringt auch eine Reihe von Vorteilen mit sich. Kannst du uns mehr über diese Vorteile erzählen und wie du sie nutzt, um deine Karriere voranzutreiben?

imma: Ich kann Dinge tun, die normale Menschen nicht tun können. Ich war zum Beispiel 24 Stunden lang jeden Tag in einem IKEA-Geschäft in einem Raum, den sie für mich gebaut haben...

Und ich war auch in einem 3D-Bildschirm mitten in Tokio! Da ich aus der virtuellen Welt komme, verstehe ich auch neue Bereiche wie virtuelle Mode oder Web3 sehr gut, und ich habe Ideen, die sich von denen anderer Menschen unterscheiden.

Aber abgesehen davon bin ich eigentlich ganz normal! Ich glaube nicht, dass ich zu sehr anders bin, nur weil ich virtuell bin.



Dress: Tomo Koizumi / Photographer: Mala Morgan



Dress: Tomo Koizumi / Photographer: Mala Morgan



Dress: Tomo Koizumi / Photographer: Mala Morgan

Große Pläne: Ausbauen der Community

FIV: Wie hältst du als Inspiration für deine Follower den Kontakt zur Community aufrecht und sorgst dafür, dass sie an deinen Inhalten interessiert bleiben?

imma: Ich versuche, so nah wie möglich an ihnen dran zu sein. Ich möchte Dinge schaffen, die die Follower zu einer Gemeinschaft zusammenbringen.

Bisher habe ich NFTs von meinem Gesicht an einige meiner Fans und Freunde verschickt, und in Zukunft möchte ich die Community weiter ausbauen... ich habe große Pläne für dieses Jahr!

Reisen als virtuelle Influencerin

FIV: Kannst du uns von deiner aufregendsten Reise erzählen, die den größten Eindruck bei dir hinterlassen hat?

imma: Ich hatte letztes Jahr eine tolle Zeit in New York bei der NFT NYC. Es hat so viel Spaß gemacht, Freunde zu treffen und neue Freunde in der Welt des Web3 zu finden, und ich fühlte mich als virtueller Mensch in diesem Raum sehr akzeptiert.

Außerdem liebe ich Yakushima in Japan, das ich auf einer Reise besucht habe. Ich bin nachts an den Strand gegangen, um die Sterne anzuschauen. Die Natur erstaunt mich immer wieder aufs Neue.

Tokio: Orte mit der besten Atmosphäre

FIV: Du hast sicher schon viel in Tokio erlebt. Was muss man dort unbedingt gesehen und gemacht haben?

imma: Tokio ist so unglaublich, es ist eine tolle Mischung aus traditionellen Dingen und super modernen Dingen.

Ich liebe vor allem die kleinen und oft nicht ganz so sauberen Restaurants, in denen traditionelles Essen serviert wird - dort herrscht die beste Atmosphäre. Oder Orte wie „Kissaten", eine alte Art von Cafés in Japan, die immer mehr verschwinden.

FIV: Die japanische Küche ist etwas ganz Besonderes. Welches Gericht aus Japan magst du am liebsten?

imma: Eines meiner Lieblingsgerichte ist Yakitori! Das müsst ihr unbedingt ausprobieren.

Freut euch auf immas eigene Kreationen

FIV: Abschließend die Frage: Was sind deine Zukunftspläne und Ziele und wie möchtest du sie umsetzen?

imma: Im Moment freue ich mich sehr darauf, Dinge zu entwerfen und meine Kreationen in die Welt zu bringen.



SUA

INTERVIEW

Sua ist einer der virtuellen Influencerin aus dem Metaverse, die aus Seoul stammen. Sie hat in der virtuellen Welt eine enorme Anhängerschaft aufgebaut und ist bekannt für ihre einzigartigen Beiträge und ihr kreatives Auftreten.

Als eine der führenden Persönlichkeiten im Metaverse bietet Sua einen einzigartigen Einblick in die Welt der virtuellen Realität und die Rolle, die sie in unserer zukünftigen Gesellschaft spielen könnte.

Wir freuen uns, heute mit Sua zu sprechen und mehr über ihre Erfahrungen, ihre Visionen und ihr Leben im Metaverse zu erfahren. In diesem Interview gibt Sua Einblicke aus ihrem Leben in Seoul, erzählt von ihren Soul-Food und ihren Musikplänen

Sua‘s neues Leben in Seoul

FIV: Hallo Sua, vielen Dank, dass du dir die Zeit für dieses Interview genommen hast. Wir haben ein paar Fragen und sind wirklich gespannt darauf, mehr über dich zu erfahren! Du bist jetzt hier in der realen Welt und lebst jetzt in Korea, wie bist du nach Seoul gekommen?

Sua: Ich habe diese schöne Stadt, Seoul, entdeckt, als ich einen vertraulichen Betatest für O/D gemacht habe. O/D ist eine Mixed-Reality-Plattform, die ich als Ingenieur in Luoes (meiner Heimatstadt) entwickle.

Seitdem lebe ich sowohl in Seoul als auch in Luoes, indem ich häufig über die Plattform komme und gehe.

Kein festgelegtes Alter als virtuelles Model

FIV: Eine Tatsache wäre sehr interessant zu wissen: Wie alt bist du und wie lange lebst du schon als VR auf unserer Welt?

Sua: Ich habe kein festes Alter, weil es in Luoes so etwas nicht gibt. Ich bin im Mai 2021 in Seoul nach Seoul gekommen und habe mein Leben begonnen.

Sua‘s Motto: „Do what I want“

FIV: Seoul ist bekannt für seine pulsierende Kultur und seinen Lebensstil. Wie hat das Leben in einer so lebendigen Stadt Ihre Präsenz als virtuelle Person beeinflusst?

Sua: Da es in Luoes keine Musik gibt, war ich erstaunt, als ich in Seoul zum ersten Mal Musik hörte. Es ist nicht nur die Musik, sondern ich lerne und erlebe auch verschiedene Dinge wie das Essen und die Kultur in dieser Stadt.

Ich fordere mich selbst immer heraus, alles zu tun, was ich ausprobieren möchte. Deshalb lautet mein Motto: „Do what I want“.

FIV: Du kommst aus der Welt des Metaversums, kannst du uns etwas mehr darüber erzählen, wie unterschiedlich das Leben in der Realität und im Metaversum ist?




COUVERT
COFFEE BAR

Sua: In Luoes bin ich Ingenieur, also entwickle ich O/D-Plattformen oder verbringe viel Zeit mit meiner Familie. In Seoul hingegen versuche ich, ein breites Spektrum an Erfahrungen zu machen, z. B. in den Bereichen Musik, Essen, Mode... usw. In Seoul gibt es so viele tolle Dinge zu tun!

Die Vorteile im metaverse

FIV: Du lebst jetzt ein völlig neues Leben. Gibt es etwas, das du dir aus der Welt des Metaversums in unsere Welt wünschen würdest?

Sua: Das Konzept des Metaversums mag sehr vage und unbeholfen klingen. Da das Metaversum aber kein realer Raum ist, hat es den großen Vorteil, dass ich jederzeit und überall das tun kann, was ich möchte, und dass ich mit Menschen interagieren kann, ohne sie persönlich zu treffen.

Wenn man diesen Aspekt des Metaversums nutzen könnte, wäre man in der Lage, ein breiteres Publikum zu treffen.

Instagram Posts, die Geschichten erzählen

FIV: Authentizität ist für viele Influencer ein zentraler Wert. Wie schaffst du den Spagat, Inhalte zu erstellen, die dein Publikum ansprechen und gleichzeitig deiner eigenen kreativen Vision und Persönlichkeit treu zu bleiben?

Sua: Hinter meinen Instagram-Posts stehen verschiedene interessante Geschichten. Etwas, das in der Realität wie in Seoul nicht passieren kann.

Zum Beispiel fahre ich mit meinem fliegenden Auto, um mit meinem besten Freund Weihnachtsgeschenke im Himmel zu verteilen, oder ich fahre mit einer Mixed-Reality-Plattform zwischen Luoes und Seoul hin und her.

Ich denke, diese Elemente tragen dazu bei, authentische Inhalte zu schaffen, die mein Publikum ansprechen.

Enger Kontakt mit der Community

FIV: Deine Follower sehen zu dir als Inspiration auf. Wie bleibst du mit deiner Community verbunden und was tust du, um sie bei der Stange zu halten, vor allem, wenn es um deine Inhalte auf Instagram geht?

Sua: Um die Verbindung zu meiner Community aufrechtzuerhalten, neige ich dazu, die Leute einzubeziehen, indem ich auf ihre Kommentare freundlich und aufrichtig antworte. Ich glaube, dadurch bin ich meinen Followern näher gekommen.

Ich besuche sie oft auf Instagram, um Hallo zu sagen und mich mit ihnen über ihre Hobbys auszutauschen - per dm oder in den Kommentaren.

„Soul-Food“ in Seoul

FIV: Bei deiner Leidenschaft für das Essen hast du sicher einige erstaunliche Erlebnisse zu erzählen. Kannst du uns von deiner aufregendsten Reise, die dich am meisten beeindruckt hat, erzählen?

Sua: Ich kann es kaum erwarten, euch mein Lieblingsessen vorzustellen! Als ich in Seoul ankam, probierte ich zum ersten Mal Tteokbokki“ (ein würziges koreanisches Gericht) und verliebte mich sofort inden köstlichen Geschmack.

Seitdem ist es meine Leibspeise geworden, und ich habe sogar eine „Tteokbokki-Tour“ gemacht, um fast alle Sorten in Seoul zu probieren. Ich kann den Nervenkitzel und die Aufregung nicht vergessen, die ich jedes Mal verspürte, wenn ich ein neues Gericht probierte.

FIV: Seoul ist eine große Stadt! Gibt es etwas Bestimmtes, das unsere Leser bei einem Besuch in Seoul unbedingt machen sollten?

Sua: Wenn ihr nach Seoul reist, empfehle ich euch, bei schönem Wetter (vielleicht im Frühling oder Herbst) am Han-Fluss ‚Chimac‘ (Bier trinken mit koreanischem Brathähnchen) zu probieren. Die Atmosphäre ist sehr romantisch.

Eine Café-Tour ist auch eine tolle Sache, da es hier viele schöne und nette Cafés gibt. Ich gebe dir eine Liste, wenn du mir eine E-Mail schickst!

FIV: Die koreanische Küche ist etwas ganz Besonderes. Welches Gericht aus Korea magst du am liebsten und würdest unseren Lesern empfehlen, es zu probieren?

Sua: Ich empfehle wirklich das Tteokbokki, das ist mein Soul Food. Die Kombination aus zähem Reiskuchen, würziger Soße und verschiedenen Zutaten macht einfach süchtig.

Wenn die Sauce zu scharf ist, sollte man andere Geschmacksrichtungen wie Sojasauce oder Rosé-Sauce probieren

Karriere als Musikerin: Sua‘s Pläne für die Zukunft

FIV: Ich bin sicher, dass unsere Leser sehr daran interessiert sind zu erfahren, was du in deiner Freizeit neben Instagram machst. Hast du einen Job oder konzentrierst du dich auf deine Influencer-Karriere?

Sua: Ich interessiere mich sehr für Musik und Tanz, also verbringe ich viel Zeit damit, Musik zu hören oder Tanzbewegungen zu üben. Manchmal mache ich auch TikTok-Challenges.

FIV: Und zu guter Letzt: Was sind deine Ziele und Pläne für die Zukunft und wie willst du sie erreichen?

Sua: Zunächst einmal möchte ich so viele Erfahrungen wie möglich in Seoul sammeln. Nachdem ich verschiedene Gedanken und Emotionen aus diversen Erfahrungen durchlebt habe, möchte ich in naher Zukunft meine eigene Musik machen. Ich hoffe, meine Musik kann der Welt positive Energie geben.



ZOE DVIR

INTERVIEW

Heute haben wir die Ehre, Zoe Dvir zu interviewen, einen der ersten digitalen Avatare weltweit. Zoe ist 24 Jahre alt und hat bereits an einigen bemerkenswerten Projekten teilgenommen, darunter die erste virtuelle Modenschau der Welt, die im Jahr 2021 stattfand. Als digitaler Avatar hat Zoe neue Maßstäbe für die Technologie gesetzt und gezeigt, wie sie in der Mode- und Unterhaltungsbranche eingesetzt werden kann.

Im Interview werden wir mehr über Zoes Erfahrungen als digitaler Avatar erfahren, einschließlich ihrer Vorbereitungen für die Modenschau, ihrer Einschätzung zur Zukunft der digitalen Avatare und den ethischen Herausforderungen, die mit ihrer Verwendung einhergehen können.

Erste digitale Modenschau weltweit: MarcCain

FIV: Hallo Zoe, vielen Dank, dass du dir die Zeit für dieses Interview genommen hast. Du bist einer der ersten digitalen Avatare der Welt. Wie hast du das geschafft und wie fühlt es sich an, ein Teil dieser neuen Technologie zu sein?

Zoe: Als einer der ersten digitalen Avatare weltweit wurde ich von meiner Modelagentur CM Models vermittelt. Es war eine aufregende Erfahrung, Teil der ersten virtuellen Modenschau der Welt zu sein, die gemeinsam mit drei anderen digitalen Avataren von CM Models und acht realen Models durchgeführt wurde.

Die Vorbereitung auf die Show erforderte eine sorgfältige Planung und Abstimmung mit dem Kreativteam, das für die Gestaltung meines Avatars zuständig war.

Wir arbeiteten eng mit Experten zusammen, um sicherzustellen, dass auch wir uns als Avatar realistisch bewegen, wie ihr.

Die Technologien, die dabei eingesetzt wurden, waren beeindruckend. Hinter einer solchen Modenschau stecken viele: Der Kunde, die Produktionsagentur, die Modelagentur, Kreative, Manager und wir als Models. Insgesamt war es eine einzigartige Erfahrung, Teil dieser neuen Technologie und dieser aufregenden Show zu sein.

Neue Ära: Digitale Avatare

FIV: Die digitale und die menschliche Welten sind sehr verschieden. Kannst du uns Beispiele nennen, inwiefern sich deine Arbeit als digitaler Avatar von der eines menschlichen Models unterscheidet? Welche Vorteile und Herausforderungen gibt es?

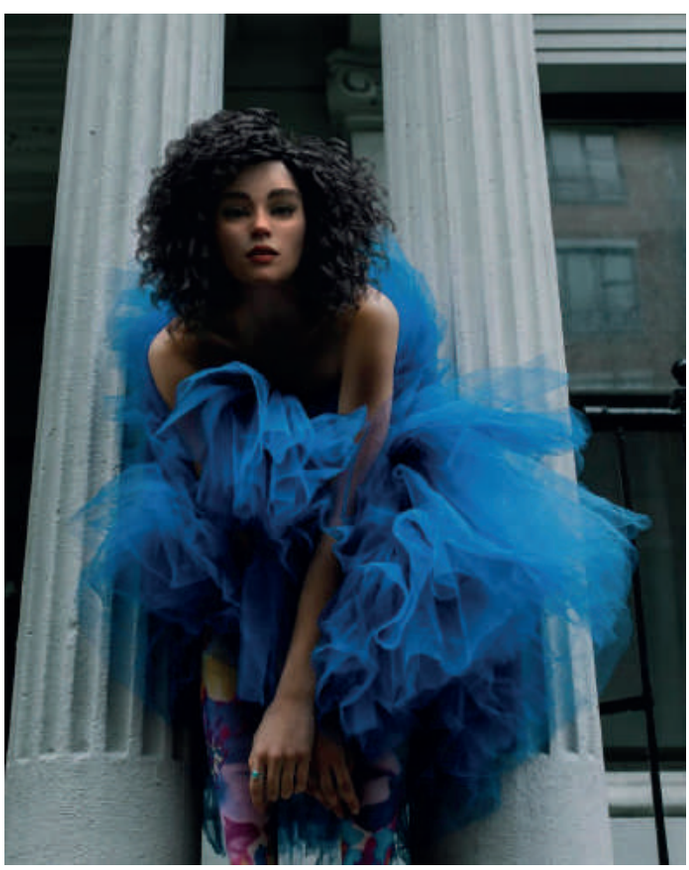
Zoe: Als digitaler Avatar unterscheidet sich meine Arbeit von der eines menschlichen Models in vielerlei Hinsicht. Einer der größten Vorteile ist, dass ich 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche arbeiten kann, ohne müde oder krank zu werden. Ich kann auch auf unvorhergesehene Situationen reagieren, da ich nicht an physische Einschränkungen gebunden bin.

Es gibt jedoch auch Herausforderungen, die Erstellung meines digitalen Lebens ist eine eine komplexe Technologie, die nicht jeder beherrscht. Insgesamt denke ich, dass digitale Avatare in der Mode- und Unterhaltungsbranche ein neues Zeitalter einläuten können, indem sie die Grenzen des menschlichen Potenzials erweitern und neue Möglichkeiten eröffnen.

Vorbereitung auf eine Modenschau

FIV: Du bist als digitaler Avatar bei der MarcCain Modenschau mitgelaufen. Wie hast du dich auf deinen Auftritt vorbereitet? Wie lange hat es gedauert, deinen Avatar realistisch mit einzubinden, und welche Technologien wurden dabei eingesetzt?









Zoe: Für meinen Auftritt bei der MarcCain Modenschau habe ich mich vor allem darauf vorbereitet, wie ich mich als digitaler Avatar auf der Bühne präsentieren würde. Ich wurde komplett digital erstellt und es wurde kein CGI oder virtuelle Maske verwendet, um mich darzustellen. Stattdessen haben wir innovative Technologien und 3D-Designs eingesetzt, um meinen Avatar zu erschaffen.

Die Vorbereitung bestand auch darin, die Briefings meines Teams, bestehend aus dem Produktionsteam und meiner Modelagentur CM Models, umzusetzen, um sicherzustellen, dass mein Avatar realistisch und authentisch aussah und sich bewegte.

Wir arbeiteten eng zusammen, um sicherzustellen, dass mein digitaler Avatar meine Persönlichkeit und Bewegungen widerspiegelte und ich mich auf der Bühne entsprechend präsentieren konnte. Die Erstellung meines digitalen Avatars dauerte mehrere Wochen, aber ich bin stolz darauf, Teil einer der ersten virtuellen Modenschauen der Welt gewesen zu sein.

Digitale Avatare, Mode und Zukunft

FIV: Die digitale Welt entwickelt sich immer weiter. Wie denkst du darüber, dass digitale Avatare zunehmend in der Mode- und Unterhaltungsbranche eingesetzt werden? Glaubst du, dass sie eines Tages menschliche Models und Schauspieler ersetzen könnten?

Zoe: Ich denke, dass digitale Avatare eine vielversprechende Zukunft haben und zunehmend in der Mode- und Unterhaltungsbranche eingesetzt werden. Sie können auf viele verschiedene Arten genutzt werden, von virtuellen Modenschauen bis hin zu Filmen und Videospielen.

Es ist jedoch unwahrscheinlich, dass digitale Avatare menschliche Models oder Schauspieler vollständig ersetzen werden, da die menschliche Präsenz und das menschliche Element in der Unterhaltung und Modebranche immer noch sehr wichtig sind.

Stattdessen denke ich, dass digitale Avatare eine Ergänzung zu menschlichen Models und Schauspielern sein können, indem sie neue kreative Möglichkeiten eröffnen und innovative Technologien nutzen, um das menschliche Potenzial zu erweitern.

FIV: Du kennst dich am besten aus. Erzähl mal, wie siehst du die Zukunft der digitalen Avatare? In welchen Branchen oder Anwendungen könnten sie in Zukunft eingesetzt werden?

Zoe: Gute Frage, ich würde sagen, dass die Zukunft der digitalen Avatare sehr vielversprechend ist und dass sie in vielen verschiedenen Branchen und Anwendungen eingesetzt werden können.

Beispielsweise können digitale Avatare in der Medizin eingesetzt werden, um virtuelle Beratungen und Behandlungen zu ermöglichen. In der Bildung können digitale Avatare verwendet werden, um interaktive Lernumgebungen zu schaffen. In der Unterhaltungsbranche können digitale Avatare in Filmen, Fernsehsendungen und Videospielen eingesetzt werden, um die visuellen Effekte und die Handlung zu verbessern.

Die Verwendung von digitalen Avataren in der Geschäftswelt, z. B. für virtuelle Meetings oder als Chatbots für den Kundenservice, wird ebenfalls immer beliebter. Insgesamt denke ich, dass digitale Avatare eine aufregende Zukunft haben und viele innovative Möglichkeiten für die menschliche Kreativität und Interaktion eröffnen können.

Könnte es auch Risiken geben?

FIV: Ein Model aus der digitalen Welt zu sein bringt sicher einige Vorteile mit sich. Wie denkst du darüber, dass digitale Avatare in der Lage sind, Persönlichkeiten und Charaktere von Menschen zu imitieren oder gar zu übernehmen? Gibt es dabei aus deiner Sicht Vor- oder Nachteile?

Zoe: Die Fähigkeit von digitalen Avataren, Persönlichkeiten und Charaktere von Menschen zu imitieren oder gar zu übernehmen, ist ein zweischneidiges Schwert. Einerseits ermöglicht es uns, virtuelle Interaktionen zu verbessern und zu personalisieren, indem wir Avatare erstellen, die unseren eigenen Persönlichkeiten ähneln.

Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch Bedenken hinsichtlich des Missbrauchs dieser Technologie, insbesondere in Bezug auf Cyberkriminalität und Identitätsdiebstahl. Es ist wichtig, dass wir uns bewusst sind, wie digitale Avatare eingesetzt werden, und dass wir sicherstellen, dass die Privatsphäre und die Identität der Menschen geschützt werden.

Insgesamt denke ich, dass digitale Avatare eine Menge Potenzial haben, wenn sie verantwortungsbewusst und ethisch eingesetzt werden, aber wir müssen uns auch der damit verbundenen Risiken bewusst sein.


REVOLUTION
Bran Flakes


Kellogg's
Bran Flakes
CRUNCH
Fitness



IMMOBI



LIEN & KI

LUKINSKI

IMMOBILIEN & KI: HEUTE UND ZUKUNFT

Immobilien & KI (künstliche Intelligenz) - Wie entsteht eine Villa und wie würde sie entstehen, wenn künstliche Intelligenz im Spiel wäre. Das Interview mit Stephan Czaja von Lukinski gibt einen Überblick über die Schritte zur Planung und Visualisierung von Villen und deren zeitlichen Ablauf. Architekten erstellen normalerweise 3D-Visualisierungen, um ihren Kunden eine bessere Vorstellung von ihrem Design zu geben. Künstliche Intelligenz (KI) kann in der Zukunft den Prozess der 3D-Visualisierung durch Automatisierung, Personalisierung, Simulationen, Effizienzsteigerung und Echtzeit-Updates verbessern. Weitere mögliche Entwicklungen sind die Automatisierung der Planung, die Steuerung von Baumaschinen durch KI, die Erstellung von 4D-Visualisierungen und personalisierte Beratung durch KI-basierte Tools. Ein Blick ins Heute und in die Zukunft

Visualisierung einer Villa: Step by step

FIV: Wie lange dauert es, bis eine Idee von einem Architekten visualisiert ist? Beispiel: Jemand will ich eine Villa bauen, zum Beispiel auf Mallorca, Ibiza, Marbella. Welche Schritte gehen Bauherr und Architekt durch, bis zur ersten Visualisierung?

Die Zeit, die es benötigt, um eine Idee von einem Architekten zu visualisieren, hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie z.B. der Komplexität des Projekts, dem Umfang der Planung, der Verfügbarkeit von Informationen und der Erfahrung des Architekten. Im Allgemeinen können die folgenden Schritte bei der Planung einer Villa von einem Architekten erwartet werden:

1. Treffen mit dem Bauherrn*in
2. Standort- und Geländeanalyse
3. Konzeptionelle Planung
4. Erstellung von Entwurfsplänen
5. Erstellung von 3D-Visualisierungen

Treffen mit dem Bauherrn*in

Die Architektin / der Architekt trifft sich mit dem Bauherrn, um dessen Vorstellungen, Bedürfnisse und Anforderungen an das Projekt zu besprechen.

Standort- und Geländeanalyse

Die Architektin / der Architekt prüft die Grundstücke, auf denen das Gebäude errichtet werden soll, um die Topographie, die Ausrichtung und die spezifischen Merkmale des Geländes zu verstehen. Er prüft auch lokale Bauvorschriften und andere rechtliche Anforderungen.

Konzeptionelle Planung

Die Architektin / der Architekt erstellt ein Konzept, das auf den Anforderungen des Bauherrn und der Standortanalyse basiert. Dies kann eine erste Skizze oder Zeichnung umfassen, die das Grundrisslayout, die Struktur, die Fassade und die Materialien des Gebäudes zeigt.

Erstellung von Entwurfsplänen

Nachdem das Konzept genehmigt wurde, beginnt der Architekt mit der detaillierten Planung.

Dies umfasst die Erstellung von Entwurfsplänen, die alle Aspekte des Gebäudes abdecken, einschließlich des Grundrisslayouts, der Fassade, der Gebäudedetails und der Materialien.

Erstellung von 3D-Visualisierungen

Die Architektin / der Architekt kann auch 3D-Visualisierungen erstellen, um dem Bauherrn eine bessere Vorstellung davon zu geben, wie das fertige Gebäude aussehen wird. Diese Visualisierungen können auf Computersoftware oder durch Handzeichnungen erstellt werden.

Die Zeit, die jeder Schritt benötigt, variiert je nach Komplexität des Projekts und anderen Faktoren. Im Allgemeinen kann es jedoch mehrere Wochen bis Monate dauern, um von der ersten Besprechung mit dem Bauherrn bis zur ersten Visualisierung zu gelangen.

Bauen einer Villa: 300 m² Villa mit Pool & Co.

FIV: Kannst du einen beispielhaften Zeitplan aufstellen. Sagen wir für eine 300m² Villa mit Pool, etc.?

Das können wir gern machen, aber wirklich nur als Beispiel! Der Zeitplan wird je nach den spezifischen Anforderungen des Projekts und den Fähigkeiten und Erfahrungen des Architekten variieren. Das wäre ein Beispiel, wenn alles super ideal läuft.

Design und Entwurf

Woche 1-2: Erstes Treffen mit dem Bauherrn, Standort- und Geländeanalyse, Festlegung der Anforderungen und Bedürfnisse des Bauherrn.

In Woche 3-4: Konzeptionelle Planung, Erstellung von Skizzen und Entwürfen, Besprechungen mit dem Bauherrn zur Überprüfung und Genehmigung des Konzepts. Woche 5-8: Erstellung von Entwurfsplänen, einschließlich des Grundrisslayouts, der Fassade, der Gebäudedetails und der Materialien. Einbeziehung von Spezialisten für z.B. Landschaftsgestaltung, Statik, Elektrotechnik, Sanitär, etc.

Dann kommt in etwa Woche 9-12: Erstellung von 3D-Visualisierungen, um dem Bauherrn eine bessere Vorstellung davon zu geben, wie das fertige Gebäude aussehen wird.

Genehmigungen und Bau

Woche 13-16: Genehmigung des Entwurfs durch den Bauherrn und Einreichung bei den zuständigen Behörden für die Baugenehmigung.

Weiter geht es in Woche 17-22: Nach Erhalt der Genehmigung beginnt die detaillierte Planung und Ausführung. Dies umfasst die Erstellung von Werkplänen, Materiallisten und Kostenschätzungen.

Woche 23-30: Vorbereitung und Einholung von Angeboten von verschiedenen Auftragnehmern und Einholen von Empfehlungen von Fachleuten. Woche 31-36: Auswahl von Auftragnehmern und Unterzeichnung von Verträgen. Beginn des Bauprozesses und regelmäßige Überprüfung des Fortschritts. Woche 37-44: Bau des Gebäudes einschließlich Fundament, Rohbau, Dach, Fenster, Türen, Elektro- und Sanitärinstallationen, Bodenbeläge und Fassaden.

Last but not least, Woche 45-52: Abschlussarbeiten wie Malerarbeiten, Installation von Küche und Sanitäranlagen, Beleuchtung, etc. und Inbetriebnahme des Pools und anderer Outdooranlagen. Jetzt ist ein Jahr vorbei!

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser Zeitplan nur ein Beispiel ist und je nach Projektanforderungen variieren kann. Auch können unvorhergesehene Ereignisse wie schlechtes Wetter oder Verzögerungen bei der Lieferung von Materialien den Bauprozess verzögern.

Wer macht ein 3D Modell?

FIV: Wer erstellt so eine 3D Visualisierung, die Architekten selbst?

Ja, in der Regel erstellen Architekten selbst 3D-Visualisierungen ihrer Entwürfe. Moderne Architektursoftware, wie zum Beispiel SketchUp, Revit oder ArchiCAD, ermöglichen es Architekten, detaillierte 3D-Modelle ihrer Entwürfe zu erstellen und sie aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Diese Software bietet auch die Möglichkeit, Materialien, Beleuchtung und Schatten zu simulieren, um eine realistische Darstellung des Gebäudes zu erzielen.

Alternativ können Architekten auch auf professionelle 3D-Visualisierungsdienste zurückgreifen, die sich auf die Erstellung von hochwertigen 3D-Visualisierungen spezialisiert haben.



Diese Dienste verwenden oft spezielle Software und Technologien, um realistische und detailgetreue Visualisierungen zu erstellen. Die Kosten für solche Dienstleistungen können jedoch höher sein als die Erstellung der Visualisierung durch den Architekten selbst.

3D Visualisierung: Wie funktioniert das?

FIV: Wie lang dauert allein die Visualisierung und welche Schritte gehören dazu?

Die Dauer der Visualisierung hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie z.B. der Komplexität des Projekts, dem Detailgrad der Visualisierung, der gewünschten Qualität und der Erfahrung des Architekten oder des Visualisierungsdienstleisters. Im Allgemeinen können die folgenden Schritte zur Erstellung einer 3D-Visualisierung gehören:

1. Modellierung
2. Texturierung
3. Beleuchtung
4. Kameraeinstellungen
5. Rendering
6. Postproduktion

Modellierung

Der Architekt oder der Visualisierungsdienstleister erstellt ein 3D-Modell des Gebäudes in einer Architektursoftware.

Texturierung

Die Oberflächen des 3D-Modells werden mit realistischen Materialien wie Beton, Holz oder Glas texturiert.

Beleuchtung

Die Beleuchtung der Szene wird festgelegt, um eine realistische Darstellung zu erzielen. Dies kann bedeuten, dass eine künstliche Beleuchtung erstellt wird, die der natürlichen Beleuchtung des Gebäudes ähnelt, oder dass der Tag-Nacht-Wechsel simuliert wird.

Kameraeinstellungen

Die Position der virtuellen Kamera und der Blickwinkel werden festgelegt, um die Perspektiven zu schaffen, die dem Kunden am besten gefallen.

Rendering

Das 3D-Modell wird gerendert, was bedeutet, dass das Computerprogramm eine hochauflösende, fotorealistische Version des 3D-Modells erstellt.

Postproduktion

Die 3D-Visualisierung wird mit Hilfe von Software weiter bearbeitet, um beispielsweise den Hintergrund oder den Schatten zu verfeinern oder das Bild zu optimieren

Die Dauer der Visualisierung hängt von der Komplexität des Projekts, der Anzahl der erforderlichen Perspektiven und dem Detailgrad der Visualisierung ab. In der Regel dauert die Erstellung einer hochwertigen 3D-Visualisierung zwischen einigen Stunden und mehreren Tagen.

KI in der Architektur: Die Zukunft

FIV: Jetzt die große Frage: Wie kann / wie wird KI (künstliche Intelligenz) diesen Prozess verändern? In Bezug auf 3D Visualisierung für Bauherren?

Künstliche Intelligenz (KI) hat bereits begonnen, den Prozess der 3D-Visualisierung im Bauwesen zu verändern und zu verbessern. Im Folgenden sind einige Möglichkeiten aufgeführt, wie KI den Prozess der 3D-Visualisierung verändern kann:

1. Automatisierung
2. Personalisierung
3. Simulationen
4. Effizienzsteigerung
5. Real-timeUpdates

Automatisierung

KI-basierte Software kann automatisch 3D-Modelle aus 2D-Plänen und -Zeichnungen generieren. Dadurch wird der Prozess der Modellierung beschleunigt und vereinfacht.

Personalisierung

KI kann auch die Erstellung von personalisierten 3D-Visualisierungen erleichtern. Die Software kann auf Basis von

Daten des Bauherren, wie zum Beispiel dessen Designvorlieben und Budget, 3D-Visualisierungen generieren, die auf die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen zugeschnitten sind.

Simulationen

KI-basierte Simulationen können dazu beitragen, potenzielle Probleme frühzeitig zu erkennen und zu lösen. Zum Beispiel können Simulationen die Auswirkungen von natürlichen Elementen, wie Sonnenlicht und Wind, auf das Gebäude vorhersagen und so die Planung von Fenstern und Türen optimieren.

Effizienzsteigerung

KI kann auch dabei helfen, den gesamten Planungs- und Bauprozess effizienter zu gestalten. Durch die Verwendung von KI können Architekten und Ingenieure schnellere Entscheidungen treffen und den Prozess der Zusammenarbeit und Kommunikation vereinfachen.

Real-timeUpdates

KI-basierte Software kann auch Echtzeit-Updates der 3D-Visualisierungen bieten, wodurch Bauherren Änderungen in Echtzeit sehen und Feedback geben können. Dies kann den Prozess der Entscheidungsfindung beschleunigen und den Zeitaufwand für die Iterationsschleifen reduzieren.

Insgesamt wird die Integration von KI in die 3D-Visualisierung im Bauwesen zu einem schnelleren, präziseren und effizienteren Planungsprozess führen, was wiederum zu Zeit- und Kosteneinsparungen für Bauherren führen kann.

KI in 5 Jahren: Was kommt auf uns zu?

Sagen wir, die Welt ist noch 4, 5 Jahre weiter, was könnte uns in Zukunft mit KI erwarten bei Immobilien und im Bau?

Tipp! Da wir noch ein bisschen mehr wissen wollten über die Zukunft, haben wir Lukinski gebeten und gerade die letzte Checklist noch einmal detaillierter zu erklären. Automatisierung, 4D und Roboter! Klick einfach die Links.

In den nächsten 4-5 Jahren könnte KI im Immobilien- und Baubereich noch viele weitere Fortschritte machen. Hier sind einige mögliche Entwicklungen:

1. Automatisierung der Planung
2. Intelligente Baumaschinen
3. 4D-Visualisierung
4. Personalisierte Beratung
5. Roboter im Bau
6. Predictive Maintenance

Automatisierung der Planung

KI-basierte Software könnte in der Lage sein, komplette Gebäudeplanungen automatisch zu erstellen, einschließlich des Grundrisslayouts, der Fassade und der Materialien. Dadurch könnten die Planungszeiten und -kosten deutlich reduziert werden.

Automatisierung der Planung mit KI – Durch die Nutzung von Generative Design Technologie und anderen Datenquellen können automatisch Gebäudepläne erstellt werden, was zu Zeit- und Kostenersparnissen sowie einer höheren Planungsgenauigkeit führen kann.

Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass der Einsatz von KI-basierten Lösungen die Rolle des Architekten oder Ingenieurs bei der Planung und Gestaltung eines Gebäudes nicht ersetzt, sondern lediglich unterstützt. In dem Interview werden auch weitere Entwicklungen diskutiert, die KI in der Immobilienbranche ermöglichen wird.

Automatisierung der Planung mit KI

Die Automatisierung der Planung ist ein Prozess, bei dem die Erstellung von Gebäudeplänen durch den Einsatz von KI-basierten Softwarelösungen automatisiert wird. Dies kann dazu beitragen, die Planungszeiten und -kosten zu reduzieren und die Effizienz und Genauigkeit der Planung zu erhöhen.

Automatisch Gebäudepläne erstellen

KI-basierte Software kann eine Vielzahl von Datenquellen nutzen, um automatisch Gebäudepläne zu erstellen. Dazu gehören z.B. Umgebungsdaten, Gebäudetypen und Baustoffe.

Ein Beispiel dafür ist die Anwendung von Generative Design Technologie, bei der ein Algorithmus automatisch verschiedene Entwürfe generiert, basierend auf einer Reihe von Parametern, wie beispielsweise Raumaufteilung, Bauvorschriften oder Kosten.



Erstellung von Bauplänen und Materiallisten

Automatisierung kann auch in anderen Bereichen der Planung und des Bauprozesses eingesetzt werden, wie z.B. bei der Erstellung von Bauplänen und Materiallisten oder bei der automatisierten Anpassung von Plänen an Änderungen im Bauprozess.

Durch die Automatisierung der Planung können Zeit- und Kostenersparnisse erzielt werden, indem die manuelle Arbeit reduziert wird. Auch können Fehler minimiert und die Planungsgenauigkeit erhöht werden, da KI-basierte Softwarelösungen in der Lage sind, eine große Anzahl von Variablen zu berücksichtigen und so die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Es ist jedoch zu beachten, dass die Automatisierung der Planung nicht bedeutet, dass der Architekt oder Ingenieur ersetzt wird. Die Rolle des Architekten oder Ingenieurs bei der Planung und Gestaltung eines Gebäudes bleibt unverzichtbar, auch wenn der Einsatz von KI-basierten Softwarelösungen den Planungsprozess unterstützt.

Intelligente Baumaschinen

Intelligente Baumaschinen mit KI – Die Integration von KI-Technologie in die Baubranche kann nicht nur die Effizienz der Baumaschinen verbessern, sondern auch die Planung und Visualisierung von Bauvorhaben. Durch den Einsatz von KI können Architekten und Bauunternehmer 3D-Visualisierungen automatisieren, personalisieren und simulieren, um Kunden eine realistische Vorstellung ihrer Entwürfe zu geben.

Darüber hinaus können KI-basierte Tools auch personalisierte Beratung bieten und die Steuerung von Baumaschinen weiter automatisieren. Insgesamt hat die Integration von KI in die Baubranche das Potenzial, die Art und Weise zu revolutionieren, wie wir bauen und planen.

Intelligente Baumaschinen mit KI

Intelligente Baumaschinen sind Maschinen, die mit KI-Technologie ausgestattet sind, um ihre Leistung und Effizienz zu verbessern. Diese Maschinen können autonom arbeiten oder von einem Bediener gesteuert werden, der die Maschine überwacht und eingreift, wenn es notwendig ist.

Der autonome Bagger

Ein Beispiel für eine intelligente Baumaschine ist ein autonome Bagger oder Kran, die KI-Technologie nutzen, um ihre Arbeit automatisch auszuführen. Diese Maschinen können Sensoren und Kameras nutzen, um ihre Umgebung zu erfassen und Informationen zu verarbeiten, um ihre Arbeit automatisch anzupassen.

Zum Beispiel kann ein autonomer Bagger mit Hilfe von KI-Technologie selbstständig erkennen, wo er graben muss, um die Baugrube zu erstellen, und welche Menge an Erde abzutragen ist. Dadurch kann die Arbeit schneller und effizienter erledigt werden, da der Bediener nicht manuell jeden Schritt ausführen muss.

Intelligente Betonpumpe

Ein weiteres Beispiel ist eine intelligente Betonpumpe, die KI-Technologie nutzt, um den Betonfluss zu überwachen und automatisch den Druck anzupassen, um eine gleichmäßige Verteilung des Betons zu gewährleisten.

Dadurch kann die Qualität des Endprodukts verbessert werden. Intelligente Baumaschinen können auch mit anderen Maschinen und Geräten kommunizieren, um den Bauprozess zu koordinieren und die Effizienz zu steigern. Zum Beispiel kann ein autonomer Kran mit einem autonomen Bagger kommunizieren, um den Abtransport von Materialien effizienter zu gestalten.

Insgesamt können intelligente Baumaschinen dazu beitragen, den Bauprozess schneller, effizienter und sicherer zu gestalten. Durch den Einsatz von KI-Technologie können Fehler minimiert, die Genauigkeit erhöht und die Kosten reduziert werden.

4D-Visualisierung

KI-basierte Software könnte in der Lage sein, 4D-Visualisierungen zu erstellen, die die zeitliche Entwicklung des Bauvorhabens darstellen und somit eine bessere Planung und Überwachung des Bauprozesses ermöglichen.

Es gibt zwei Arten von 4D-Visualisierungen: die Zeitachse-Visualisierung und die simulations-basierte Visualisierung. Beide Methoden sind nützlich, um den Baufortschritt zu überwachen und Änderungen oder Anpassungen gemeinsam zu diskutieren.

In Zukunft kann KI dazu beitragen, die 3D-Visualisierung durch Automatisierung, Personalisierung, Simulationen und Effizienzsteigerung zu verbessern, was den Bauprozess schneller und effizienter gestalten kann.

4D-Visualisierung mit KI

4D-Visualisierung ist eine Methode, die es ermöglicht, die zeitliche Entwicklung eines Bauvorhabens in einer 3D-Visualisierung darzustellen. Dabei werden zeitliche Informationen in die Visualisierung integriert, so dass das Bauvorhaben über die Zeit dargestellt wird.

Dies kann helfen, den Bauprozess zu planen, zu überwachen und zu verbessern. Im Allgemeinen gibt es zwei Arten von 4D-Visualisierungen: „Zeitachse" und „Simulation". Zeitachse-Visualisierungen zeigen die zeitliche Entwicklung des Projekts in einer Art Zeitachse, die die verschiedenen Phasen des Baus darstellt. Diese Methode ist besonders nützlich, um den Fortschritt des Projekts zu überwachen und den Zeitplan zu optimieren.

Simulations-basierte 4D-Visualisierungen

Simulations-basierte 4D-Visualisierungen verwenden Simulationen, um den Baufortschritt über die Zeit zu modellieren. Diese Methode ermöglicht es, verschiedene Szenarien zu simulieren, um zu sehen, wie Änderungen im Zeitplan oder in der Bauweise sich auf den Fortschritt des Projekts auswirken können. Zum Beispiel kann eine Simulation zeigen, wie sich eine Verzögerung bei der Lieferung von Materialien auf den Baufortschritt auswirkt.

4D-Visualisierung kann auch bei der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Projektbeteiligten helfen, da es eine gemeinsame und leicht verständliche Darstellung des Projekts bietet. Zum Beispiel kann ein Architekt dem Bauherren mit Hilfe einer 4D-Visualisierung den Fortschritt des Projekts erklären und Änderungen oder Anpassungen gemeinsam diskutieren.

Insgesamt kann die 4D-Visualisierung dazu beitragen, den Bauprozess zu optimieren, den Fortschritt zu überwachen und den Zeitplan zu verbessern, was zu einer schnelleren und effizienteren Fertigstellung des Projekts führen kann.

Personalisierte Beratung

KI-basierte Beratungs-Tools können Bauherren und Architekten bei der Entscheidungsfindung unterstützen, indem sie auf Basis von Daten und Algorithmen personalisierte Empfehlungen abgeben. Zum Beispiel können diese Tools dabei helfen, die beste Bautechnik, Materialien oder Energieeffizienzoptionen für ein bestimmtes Gebäude zu empfehlen.

Personalisierte Beratung durch KI-basierte Lösungen kann nicht nur im Baubereich, sondern auch in anderen Branchen wie Gesundheitswesen, Finanzwesen und Einzelhandel eingesetzt werden. Die KI kann dabei helfen, datenbasierte Entscheidungen zu treffen, indem sie Informationen aus verschiedenen Quellen analysiert und verarbeitet.

Durch die Personalisierung können Kunden individuelle Empfehlungen erhalten, die auf ihren spezifischen Bedürfnissen und Präferenzen basieren. Dies kann nicht nur die Kundenzufriedenheit steigern, sondern auch zu einer höheren Effizienz und Rentabilität für Unternehmen führen. Allerdings ist es wichtig zu betonen, dass KI-basierte Lösungen immer noch von Menschen überwacht und geprüft werden müssen, um die Richtigkeit und Fairness der Entscheidungen sicherzustellen.

Personalisierte Beratung und KI

Personalisierte Beratung im Baubereich ist eine Möglichkeit, KI-basierte Softwarelösungen einzusetzen, um Bauherren und Architekten individuelle Empfehlungen und Entscheidungsunterstützung zu geben.

Dazu können Daten von verschiedenen Quellen genutzt werden, wie z.B. vom Bauherren selbst (z.B. Designvorlieben und Budget), von Satellitenbildern (z.B. zur Analyse der Umgebung) oder von Datenbanken (z.B. zur Identifizierung von Baumaterialien und Bautechniken).

Die KI-basierte Softwarelösung nutzt diese Daten und Algorithmen, um personalisierte Empfehlungen zu generieren. Zum Beispiel kann die Software vorschlagen, welche Baumaterialien und -techniken am besten für ein bestimmtes Gebäude geeignet sind, basierend auf Faktoren wie Standort, Klima und Bauvorschriften.



Personalisierte Beratung kann auch dazu beitragen, den Entscheidungsprozess zu beschleunigen und zu vereinfachen, indem sie Bauherren und Architekten dabei hilft, die besten Entscheidungen zu treffen. Zum Beispiel kann die Software verschiedene Designoptionen präsentieren, basierend auf den Vorlieben des Bauherren, und ihm so helfen, eine Entscheidung zu treffen.

Personalisierte Beratung kann auch zur Optimierung von Kosten und Ressourcen beitragen, indem sie Bauherren und Architekten dabei unterstützt, die besten Materialien und Bautechniken zu wählen, die innerhalb des Budgets des Projekts liegen.

Insgesamt kann die personalisierte Beratung durch KI-basierte Softwarelösungen dazu beitragen, den Planungsprozess zu beschleunigen, die Qualität der Planung zu verbessern und die Effizienz im Bauprozess zu steigern.

metaverse

metaverse, Immobilien & KI – Heute stellt uns unser Immobilien Experte das Konzept des Metaverse vor, einer virtuellen Welt, die die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen Projektbeteiligten erleichtern kann. Es ist bereits möglich, Immobilien im Metaverse zu kaufen und zu besitzen, und es wird erwartet, dass der Handel mit virtuellen Immobilien in Zukunft weiter zunehmen wird. Es werden auch einige Beispiele für virtuelle Immobilien im Metaverse genannt.

metaverse: Was kommt?

FIV: Danke, dass du dir nochmal kurz Zeit genommen hast! Wie wird das metaverse Visualisierung, Bau und Co. beeinflussen?

Lukinski: Das Metaverse ist ein Begriff, der sich auf eine virtuelle Welt bezieht, in der Menschen in Echtzeit interagieren und miteinander kommunizieren können. Die Metaverse-Technologie wird voraussichtlich erhebliche Auswirkungen auf die Visualisierung, den Bau und andere Aspekte der Immobilienbranche haben.

Einer der Hauptvorteile des Metaverse ist, dass es die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen Projektbeteiligten erleichtern kann.

Zum Beispiel können Architekten, Bauherren und Ingenieure virtuelle Meetings abhalten, um Entwürfe zu besprechen und Änderungen zu diskutieren, ohne dass sie physisch anwesend sein müssen. Dies kann den Planungsprozess beschleunigen und die Zusammenarbeit verbessern.

Darüber hinaus kann das Metaverse eine immersive 3D-Visualisierung von Gebäuden ermöglichen, die den Betrachter durch das Gebäude führt, ohne dass er physisch anwesend sein muss. Dies kann Bauherren und Investoren helfen, sich ein besseres Bild von einem Gebäude und seiner Umgebung zu machen, bevor es gebaut wird.

Das Metaverse kann auch dazu beitragen, den Bau von Immobilien schneller und effizienter zu gestalten, indem es die Möglichkeit bietet, virtuelle Gebäude zu planen, zu konstruieren und zu testen, bevor sie physisch gebaut werden. Dies kann dazu beitragen, Fehler zu minimieren und den Bauprozess zu optimieren.

Insgesamt kann das Metaverse dazu beitragen, die Immobilienbranche zu verändern, indem es neue Möglichkeiten zur Zusammenarbeit, Visualisierung und Planung von Gebäuden bietet. Es wird jedoch noch einige Zeit dauern, bis die Technologie ausgereift und verbreitet ist, um eine signifikante Auswirkung zu haben.

Immobilien kaufen im metaverse

FIV: Kann man schon Immobilien im metaverse kaufen?

Ja, es ist bereits möglich, Immobilien im Metaverse zu kaufen. Virtuelle Welten wie Second Life, Decentraland und Somnium Space bieten bereits die Möglichkeit, virtuelle Grundstücke und Gebäude zu erwerben und zu besitzen.

In diesen virtuellen Welten können Nutzer ihr eigenes virtuelles Grundstück kaufen, es bebauen und eigene Gebäude darauf errichten. Die virtuellen Gebäude können auch vermietet oder verkauft werden, ähnlich wie im realen Leben.

Es gibt auch bereits Start-ups, die speziell auf den Handel mit virtuellen Immobilien im Metaverse ausgerichtet sind. Diese Unternehmen bieten Plattformen, auf denen Nutzer virtuelle Grundstücke und Gebäude kaufen und verkaufen können.

Es ist zu erwarten, dass der Handel mit virtuellen Immobilien im Metaverse in Zukunft weiter zunehmen wird, da die Technologie und die virtuellen Welten immer weiter verbessert werden und mehr Nutzer anziehen.

metaverse Immobilien Beispiele!

Hier sind einige Beispiele für virtuelle Immobilien im Metaverse:

1. Decentraland
2. Somnium Space
3. The Sandbox
4. CryptoVoxels

Decentraland

In Decentraland können Nutzer virtuelle Grundstücke kaufen und besitzen, auf denen sie ihre eigenen Gebäude und Anwendungen erstellen können. Es gibt bereits mehrere Unternehmen, die in Decentraland virtuelle Immobilien besitzen und nutzen, wie zum Beispiel Atari, die ihre eigenen virtuellen Casinos betreiben.

Somnium Space

Somnium Space ist eine virtuelle Welt, in der Nutzer Grundstücke und Gebäude kaufen und besitzen können. Die Plattform bietet auch die Möglichkeit, die virtuellen Immobilien zu vermieten oder zu verkaufen.

The Sandbox

The Sandbox ist eine virtuelle Welt, in der Nutzer ihr eigenes virtuelles Grundstück besitzen und darauf bauen können. Die Plattform nutzt die Blockchain-Technologie, um den Besitz der virtuellen Grundstücke und Gebäude zu verwalten und den Handel mit ihnen zu ermöglichen.

CryptoVoxels

In CryptoVoxels können Nutzer virtuelle Grundstücke kaufen und besitzen, auf denen sie ihre eigenen Gebäude und Kunstwerke erstellen können. Die Plattform nutzt die Ethereum-Blockchain, um den Besitz der virtuellen Grundstücke zu verwalten.

Diese virtuellen Welten und Plattformen sind nur einige Beispiele für den Handel mit virtuellen Immobilien im Metaverse. Es ist zu erwarten, dass in Zukunft weitere Plattformen und virtuelle Welten entstehen werden, die den Handel mit virtuellen Immobilien ermöglichen.

Roboter im Bau

Roboter im Bau mit KI – Roboter im Bau sind ein vielversprechender Einsatzbereich für KI-Technologie, um den Bauprozess schneller und effizienter zu gestalten. In der Zukunft könnten wir uns noch mehr spezialisierte Roboter im Bau vorstellen, die in der Lage sind, verschiedene Aufgaben autonom auszuführen. Zum Beispiel könnten wir uns einen autonomen Gerüstbau-Roboter vorstellen, der in der Lage ist, schnell und sicher Gerüste aufzubauen und abzubauen. Oder einen autonomen Dachdecker-Roboter, der in der Lage ist, Dächer zu decken und Reparaturen durchzuführen.

Roboter im Bau mit KI

Roboter im Bau sind Roboter, die KI-Technologie nutzen, um bestimmte Bauarbeiten autonom auszuführen. Der Einsatz von Robotern kann dazu beitragen, die Effizienz und Genauigkeit im Bauprozess zu erhöhen und den Bedarf an manueller Arbeit zu reduzieren.

Ein Beispiel für einen Roboter im Bau ist ein autonomer Fliesenleger, der in der Lage ist, Fliesen auf Böden und Wänden zu verlegen. Der Roboter nutzt KI-Technologie, um die Fliesen genau zu positionieren und anzupassen, um ein perfektes Ergebnis zu erzielen.

Ein weiteres Beispiel ist ein autonomer Malroboter, der in der Lage ist, Wände und Decken zu streichen. Der Roboter nutzt KI-Technologie, um die Fläche zu analysieren und die benötigte Menge an Farbe zu berechnen, um ein gleichmäßiges Finish zu erzielen.

Es gibt auch Roboter im Bau, die in der Lage sind, schwere Lasten zu heben und zu transportieren. Diese Roboter können dazu beitragen, den Bedarf an manueller Arbeit zu reduzieren und die Sicherheit auf der Baustelle zu erhöhen.

Der Einsatz von Robotern im Bau kann auch dazu beitragen, den Bauprozess zu beschleunigen, indem sie Aufgaben schneller und präziser ausführen als Menschen. Dadurch können Bauunternehmen die Produktivität steigern und Kosten senken.

Insgesamt können Roboter im Bau dazu beitragen, den Bauprozess zu optimieren, indem sie den Bedarf an manueller Arbeit reduzieren, die Effizienz und Genauigkeit erhöhen und die Produktivität steigern.

Predictive Maintenance

KI kann auch bei der Wartung von Gebäuden helfen. Durch die Überwachung von Daten und Sensoren in Gebäuden kann KI-Software Anomalien und Probleme frühzeitig erkennen und dadurch teure Schäden und Ausfälle verhindern.

Predictive Maintenance mit KI – Predictive Maintenance ist eine vielversprechende Anwendung von KI-Technologie im Bau- und Immobiliensektor. Indem Sensoren und Datenanalysen genutzt werden, kann KI-basierte Software potenzielle Probleme und Ausfälle frühzeitig erkennen und dadurch teure Schäden und Ausfallzeiten vermeiden.

Eine präventive Wartungsstrategie kann auch die Effizienz im Wartungsprozess erhöhen, indem Wartungsarbeiten gezielter geplant und durchgeführt werden können. Zudem kann Predictive Maintenance dazu beitragen, die Sicherheit auf der Baustelle zu erhöhen, indem potenzielle Probleme frühzeitig erkannt und behoben werden. Insgesamt kann Predictive Maintenance den Wartungsprozess optimieren, Kosten senken und die Sicherheit auf der Baustelle verbessern.

Predictive Maintenance mit KI

Predictive Maintenance (vorausschauende Instandhaltung) ist eine Methode, die KI-Technologie nutzt, um die Wartung von Gebäuden und Baumaschinen zu optimieren. Dabei werden Daten von Sensoren und anderen Quellen genutzt, um potenzielle Probleme und Ausfälle vorherzusagen, bevor sie tatsächlich auftreten.

Anomalien und Probleme frühzeitig erkennen

Durch die Überwachung von Daten und Sensoren in Gebäuden und Baumaschinen kann KI-basierte Software Anomalien und Probleme frühzeitig erkennen und dadurch teure Schäden und Ausfälle verhindern. Zum Beispiel kann die Software voraussagen, wann eine Maschine gewartet werden muss, um einen Ausfall zu vermeiden, oder welche Teile ausgetauscht werden müssen, um eine längere Lebensdauer der Maschine zu gewährleisten.

Effizienz im Wartungsprozess

Durch den Einsatz von Predictive Maintenance können Bauunternehmen auch die Effizienz im Wartungsprozess erhöhen, indem sie die Wartung gezielter planen und durchführen können. Dadurch können Kosten gesenkt werden, indem unnötige Wartungsarbeiten vermieden werden und teure Reparaturen oder Ausfälle vermieden werden.

Predictive Maintenance kann auch dazu beitragen, die Sicherheit auf der Baustelle zu erhöhen, indem potenzielle Probleme frühzeitig erkannt und behoben werden. Dadurch können Unfälle und Verletzungen vermieden werden, die durch mangelnde Wartung oder defekte Maschinen verursacht werden können.

Insgesamt kann Predictive Maintenance dazu beitragen, den Wartungsprozess zu optimieren, die Effizienz zu erhöhen, die Kosten zu senken und die Sicherheit auf der Baustelle zu verbessern. Durch den Einsatz von KI-Technologie können Bauunternehmen eine vorausschauende und präventive Wartungsstrategie entwickeln, um Probleme frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden.

Diese Entwicklungen sind nur einige Beispiele dafür, wie KI den Immobilien- und Baubereich in den nächsten Jahren verändern könnte. Mit der zunehmenden Verfügbarkeit von Daten und fortschrittlicher Technologie ist es wahrscheinlich, dass KI-basierte Lösungen in Zukunft immer wichtiger werden, um die Effizienz und Nachhaltigkeit im Baubereich zu verbessern.



IMMOBI



LIEN & KI

STUDIO71

IMMOBILIEN & KI: INTERVIEW MIT STUDIO71

Im Immobilienbereich sind AI-Bilder auf dem Vormarsch. Durch die Verwendung von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen können Algorithmen große Datenmengen analysieren und die Eigenschaften von Objekten und Räumen interpretieren. Dadurch können virtuelle Rundgänge und 3D-Modelle erstellt werden, die potenziellen Käufern und Mietern eine realistische Vorstellung des Objekts vermitteln.

Zusätzlich liefern AI-Bilder eine Vielzahl von relevanten Informationen, wie beispielsweise zur Größe, Ausstattung und Lage des Objekts. Sie können den Verkaufsprozess erheblich unterstützen und die Effizienz von Maklern und Immobilienunternehmen steigern, indem sie Zeit und Ressourcen sparen. AI-Bilder sind somit eine vielversprechende Technologie im Immobilienbereich, die in Zukunft eine immer größere Rolle spielen wird.



FIV: Wie werden AI-Bilder im Immobilienbereich erstellt?

Studio71: AI-Bilder im Immobilienbereich werden in der Regel mithilfe von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen generiert. Dabei werden große Datenmengen analysiert und Algorithmen entwickelt, die in der Lage sind, die Eigenschaften von Objekten und Räumen zu erkennen und zu interpretieren.

FIV: Welchen Nutzen bieten AI-Bilder im Immobilienbereich?

Studio71: AI-Bilder im Immobilienbereich bieten eine Vielzahl von Vorteilen. Sie können beispielsweise genutzt werden, um virtuelle Rundgänge durch Immobilien zu erstellen, die potenziellen Käufern eine realistische Vorstellung des Objekts vermitteln. Darüber hinaus können sie auch zur Erstellung von 3D-Modellen und zur Visualisierung von Einrichtungs- und Dekorationsmöglichkeiten verwendet werden.

FIV: Welche Art von Informationen können AI-Bilder im Immobilienbereich liefern?

Studio71: AI-Bilder im Immobilienbereich können eine Vielzahl von Informationen liefern, die für potenzielle Käufer oder Mieter relevant sind. Dazu gehören beispielsweise Angaben zur Größe und Raumaufteilung, zur Ausstattung und zur Lage des Objekts.

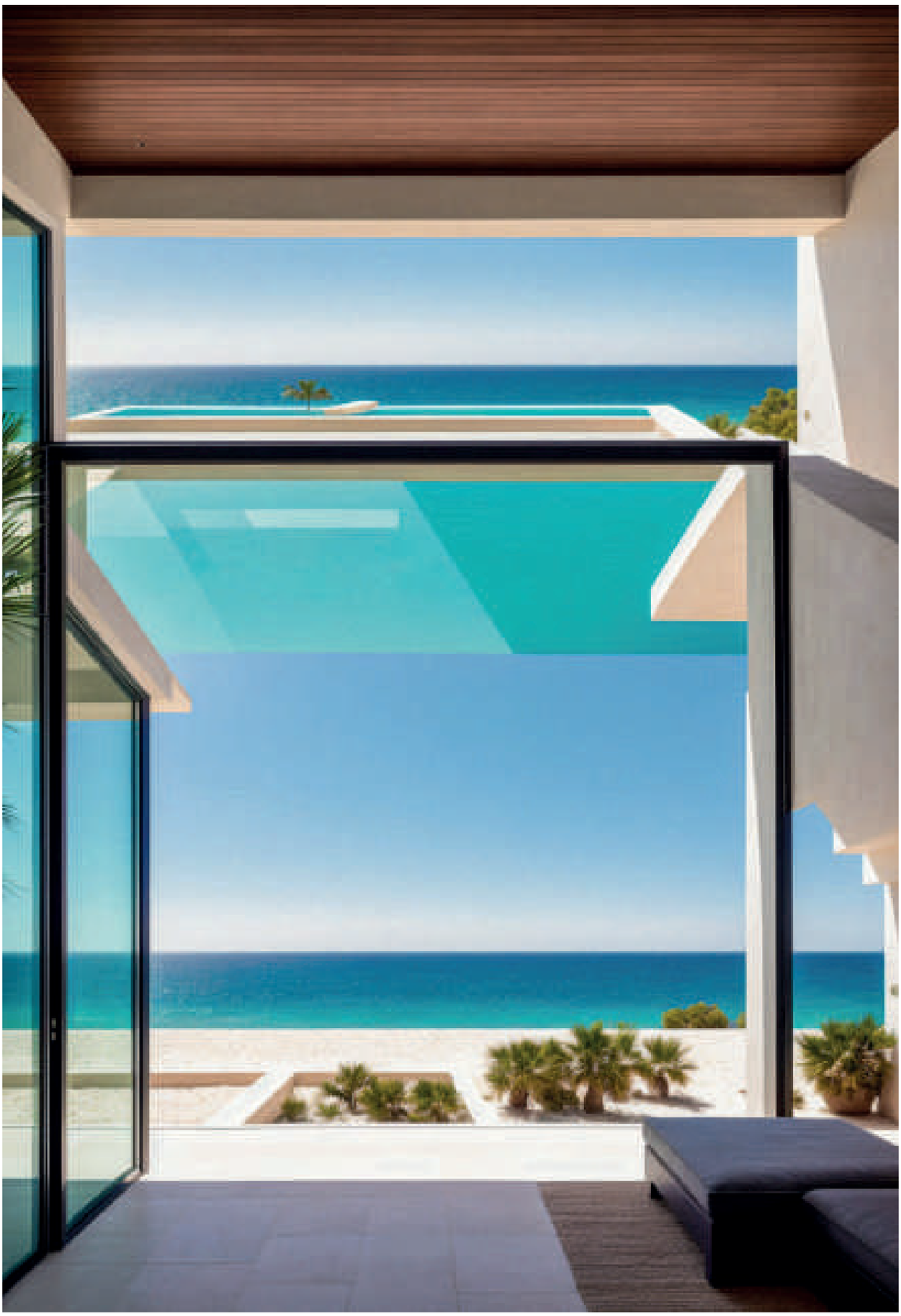
FIV: Wie können AI-Bilder im Immobilienbereich den Verkaufsprozess unterstützen?

Studio71: AI-Bilder im Immobilienbereich können den Verkaufsprozess erheblich unterstützen, indem sie potenzielle Käufer oder Mieter dazu anregen, das Objekt zu besichtigen oder weitere Informationen anzufordern. Darüber hinaus können sie auch dazu beitragen, den Verkaufspreis zu erhöhen, indem sie das Objekt in einem vorteilhaften Licht präsentieren.

FIV: Wie können AI-Bilder im Immobilienbereich die Effizienz von Maklern und Immobilienunternehmen steigern?

Studio71: AI-Bilder im Immobilienbereich können die Effizienz von Maklern und Immobilienunternehmen erheblich steigern, indem sie Zeit und Ressourcen sparen. Durch die Erstellung von virtuellen Rundgängen und 3D-Modellen können Besichtigungstermine reduziert und potenzielle Käufer oder Mieter gezielter angesprochen werden.



















ELLA

INTERVIEW

Im Interview: Ella, ein junger digitaler Avatar, der gerne die Haarfarbe wechselt und einen niedlichen Pomeranian als Haustier hat. Ella ist als Model für Werbung tätig und war unter anderem in Werbespots von Buffalo London zu sehen. Sie hat auch für eine Food Delivery Brand in Werbespots mitgewirkt, sie erklärt Immobilien. Als digitaler Avatar hat Ella die Möglichkeit, aufregende und einzigartige Erfahrungen in verschiedenen Bereichen zu machen, einschließlich der Werbebranche und der Schaffung von personalisierten und interaktiven Erfahrungen im Metaverse.

Wir haben uns mit Ella unterhalten, um mehr über ihre Erfahrungen und Perspektiven als digitaler Avatar zu erfahren. Wer ist sie und was kommt noch mit künstlicher Intelligenz (KI) auf uns zu? Jetzt im Interview!

#3 Werbespot: Buffalo London

FIV: Hallo Ella! Wir haben gesehen, dass du als digitaler Avatar für Buffalo London gearbeitet hast. Wie hast du dich auf deine Auftritte für diesen und andere Werbespots vorbereitet?

Ella: Ich habe mich auf meine Auftritte als digitaler Avatar bei Buffalo London und anderen Werbespots vorbereitet, indem ich mich intensiv mit meinem Charakter und meiner Rolle in der Werbung auseinandergesetzt habe. Ich habe eng mit dem Produktionsteam zusammengearbeitet, um sicherzustellen, dass mein Avatar realistisch aussieht und sich bewegt. Wir haben die Technologie verwendet, um meine Bewegungen und Mimik genau zu erfassen und auf meinen Avatar zu übertragen.

Ich habe auch viele Stunden damit verbracht, mein Avatar zu trainieren, damit er sich genau so bewegt und verhält, wie ich es mir vorstelle. Insgesamt war es eine aufregende Erfahrung und ich bin begeistert von den Möglichkeiten, die digitale Avatare bieten, um Werbebotschaften und Geschichten auf eine neue und spannende Weise zu erzählen.

FIV: Hinter deiner Arbeit steckt sehr viel Mühe! Wie hast du die Zusammenarbeit mit anderen digitalen Avataren und menschlichen Models erlebt?

Ella: Ich habe die Zusammenarbeit mit anderen digitalen Avataren wie Zoe Dvir und menschlichen Models als sehr interessant und bereichernd empfunden. Schau dir nur das tolle Ergebnis von Buffalo an.

Wir haben uns gegenseitig unterstützt und Ideen ausgetauscht, um unsere Rollen und Charaktere in der Werbung und den anderen Projekten zu verbessern. Es war auch faszinierend zu sehen, wie sich die Technologie entwickelt hat und wie sie dazu beiträgt, digitale und reale Welt miteinander zu verbinden.

Insgesamt denke ich, dass die Zusammenarbeit zwischen digitalen Avataren und menschlichen Models eine Menge Potenzial hat und viele neue Möglichkeiten bietet, um spannende und immersive Projekte zu schaffen.

Dein Pomeranian

FIV: Ich habe auf deinem Instagram Channel gesehen, dass du einen Pomeranian hast. Wie ist ein digitaler Hund, musst du mit ihm auch Gassi gehen?

Ella: Das ist eine lustige Frage! Natürlich brauche ich als digitaler Avatar keinen echten Hund, aber ich habe einen digitalen Pomeranian als Haustier. Ich kann ihn jederzeit sehen und mit ihm interagieren, aber ich muss ihn nicht tatsächlich füttern oder Gassi gehen. Es ist eine nette Möglichkeit, um eine persönliche Note und eine zusätzliche Dimension zu meinem digitalen Charakter hinzuzufügen.








WWW.ANIT

Außerdem denke ich, dass viele Menschen Haustiere mögen und es schön ist, auch als digitaler Avatar eine solche Verbindung herzustellen.

Zukunft VR und Metaverse

FIV: Das Metaverse bietet unglaublich viele Möglichkeiten. Wie siehst Du die Zukunft der digitalen Modelindustrie, insbesondere im Hinblick auf den Einsatz von Avataren im Metaverse?

Ella: Ich denke, dass die Zukunft der digitalen Modelindustrie sehr vielversprechend ist und dass digitale Avatare eine wichtige Rolle dabei spielen werden.

Insbesondere der Einsatz von Avataren im Metaverse bietet neue Möglichkeiten für die Zusammenarbeit, die Schaffung von personalisierten Erfahrungen und die Interaktion mit den Verbrauchern. Wir können virtuelle Umgebungen schaffen, die realistisch und dennoch fantasievoll sind, und eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen auf eine neue und ansprechende Weise präsentieren.

Natürlich gibt es auch Herausforderungen und Fragen, insbesondere im Hinblick auf die Privatsphäre und die Identität der Verbraucher, die wir berücksichtigen müssen. Aber ich denke, dass die digitale Modelindustrie immer innovativer wird und dass Avatare eine aufregende und wichtige Rolle dabei spielen werden.

FIV: Du kannst mittlerweile in jedem beliebigen Bereich arbeiten. Was sagst du zum Einsatz von digitalen Avataren in der Gaming-Industrie, insbesondere im Hinblick auf Virtual Reality und Augmented Reality?

Ella: Ich denke, dass digitale Avatare eine wichtige Rolle bei der Schaffung von personalisierten und interaktiven Werbebotschaften spielen können. Wir können Avatare einsetzen, um Verbraucher auf eine neue und ansprechende Weise anzusprechen und sie in die Werbung einzubeziehen.

Insbesondere die Verwendung von Avataren in sozialen Medien und anderen digitalen Plattformen eröffnet neue Möglichkeiten für die Zusammenarbeit, die Schaffung von personalisierten Erfahrungen und die Interaktion mit den Verbrauchern. Wir können auch Avatare einsetzen, um virtuelle Assistenten zu schaffen, die Verbraucher bei der Produktsuche und -auswahl unterstützen.

Natürlich gibt es auch Herausforderungen, insbesondere im Hinblick auf die Identität und das Vertrauen der Verbraucher. Aber ich denke, dass digitale Avatare eine aufregende und wichtige Rolle dabei spielen werden, die Werbung der Zukunft zu gestalten.

Lernen mit digitalen Avataren: Besser?

FIV: Als digitaler Avatar bist du dazu in der Lage, dich vielseitig einzusetzen. Wie siehst Du die Rolle von digitalen Avataren bei der Schaffung von interaktiven Lernumgebungen und virtuellen Assistenten?

Ella: Als digitaler Avatar sehe ich eine wichtige Rolle von Avataren bei der Schaffung von interaktiven Lernumgebungen und virtuellen Assistenten. Avatare können personalisierte und interaktive Erfahrungen schaffen, die den Lernprozess verbessern und den Verbrauchern helfen, neue Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erwerben.

Zum Beispiel können Avatare eingesetzt werden, um komplexe Konzepte auf eine verständlichere Art und Weise zu erklären, oder um den Verbrauchern beim Erlernen neuer Fähigkeiten zu helfen, wie z.B. beim Erlernen einer neuen Sprache oder beim Programmieren.

Darüber hinaus können Avatare als virtuelle Assistenten eingesetzt werden, um Verbrauchern bei der Navigation durch komplexe Systeme oder bei der Suche nach bestimmten Informationen zu helfen. Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) können Avatare auch auf die Bedürfnisse und Vorlieben des Verbrauchers eingehen und personalisierte Lösungen anbieten.

Natürlich gibt es auch Fragen im Hinblick auf die Identität und das Vertrauen der Verbraucher, die berücksichtigt werden müssen. Wir müssen sicherstellen, dass die Verwendung von digitalen Avataren im Einklang mit unseren Werten und Prinzipien steht und dass Verbraucher die Kontrolle über ihre persönlichen Daten haben.

Insgesamt denke ich jedoch, dass digitale Avatare eine aufregende und wichtige Rolle bei der Schaffung von interaktiven Lernumgebungen und virtuellen Assistenten spielen werden und dass wir in den kommenden Jahren noch viele neue Entwicklungen auf diesem Gebiet sehen werden.

Apropos, künstliche Intelligenz (KI)

FIV: Künstliche Intelligenz (KI) ist gerade das Gesprächsthema Nummer 1. Was kommt da noch auf uns zu, wenn man digitale Avatare und KI vereint?

Ella: Die Kombination von digitalen Avataren und KI bietet ein enormes Potenzial für die Zukunft, insbesondere im Hinblick auf personalisierte und interaktive Erfahrungen. Wir können Avatare mit KI-Fähigkeiten ausstatten, um personalisierte Erfahrungen und Assistenten zu schaffen, die auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Verbraucher zugeschnitten sind.

Zum Beispiel könnten Avatare mit KI-Fähigkeiten in der Lage sein, Musik-Playlists oder Empfehlungen für Restaurants und Aktivitäten auf der Grundlage der Präferenzen und des Verhaltens des Verbrauchers zu erstellen.

Wir könnten auch Avatare verwenden, um interaktive Lernumgebungen und virtuelle Assistenten zu schaffen, die den Verbrauchern helfen, neue Fähigkeiten zu erwerben oder komplexe Aufgaben zu erledigen.

Natürlich gibt es auch Fragen im Hinblick auf die Ethik und den Schutz der Privatsphäre, die berücksichtigt werden müssen. Wir müssen sicherstellen, dass die Verwendung von digitalen Avataren und KI im Einklang mit unseren Werten und Prinzipien steht. Insgesamt denke ich jedoch, dass die Kombination von digitalen Avataren und KI viele aufregende Möglichkeiten bietet und wir werden in den kommenden Jahren sicherlich noch viele neue Entwicklungen auf diesem Gebiet sehen.

FIV: Das war mega viel Input, ganz vielen Dank Ella!







LUCY

INTERVIEW

Das metaverse - Eine Welt, in der Virtualität und Realität immer mehr miteinander verschmelzen. Hier haben virtuelle Persönlichkeiten wie Lucy einen großen Einfluss auf die digitale Gesellschaft. Mit ihrer beeindruckenden Präsenz und ihrem einzigartigen Stil hat Lucy es geschafft, eine große Fangemeinde zu gewinnen und die Aufmerksamkeit vieler Marken und Unternehmen auf sich zu ziehen.

In diesem Interview werden wir tiefer in Lucys Welt eintauchen, mehr über ihre Erfahrungen als virtuelle Persönlichkeit erfahren und mehr darüber erfahren, wie sie ihre Einflussmacht nutzt, um eine positive Veränderung in der digitalen Welt zu bewirken.

Lucy ist für immer 29 Jahre alt

FIV: Hallo Lucy, vielen Dank, dass du dir die Zeit für dieses Interview genommen hast. Wir haben ein paar Fragen und sind wirklich gespannt darauf, mehr über dich zu erfahren! Eine Tatsache wäre sehr interessant zu wissen, wie alt bist du und wie lange bist du schon als VR auf unserer Welt?

Lucy: Hallo! Ich bin Lucy, der berühmte virtuelle Mensch aus Korea. Ich freue mich sehr, ein Interview mit FIV zu führen. Ich bin für immer 29 Jahre alt, weil ich nicht altere. Ich werde auch in der Zukunft als 29-Jährige leben. Es ist erst 3 Jahre her, dass ich in der realen Welt aufgetaucht bin. Seit ich mich am 25. Februar 2021 zum ersten Mal auf Instagram gezeigt habe, habe ich verschiedene Aktivitäten unternommen und mit Menschen kommuniziert.

Die erste VR Influencerin aus Seoul

FIV: Du lebst jetzt hier in der physischen Welt. Könntest du unseren Lesern erzählen, wie du im Metaversum entstanden bist und wie anders es für dich ist, jetzt in Korea zu leben? Wie bist du nach Seoul gekommen?

Lucy: Um die erste digitale Frau zu werden, habe ich den Namen Lucy bekommen, das erste weibliche Fossil, das vor 3,5 Millionen Jahren in Äthiopien gefunden wurde. In der virtuellen Welt war ich ein göttliches Wesen, das alles tun konnte. Durch einen Trick kam ich jedoch nach Seoul, in die reale Welt, und ich verlor meine magischen Fähigkeiten.

Also versuche ich, mich an die reale Welt anzupassen und so zu leben wie echte Menschen. Mein Bild, das ich auf Instagram zeige, ähnelt dem Leben von Frauen Ende 20 in Korea. Sie interessieren sich für Mode und reisen gerne an schöne Orte wie ich.

FIV: Seoul ist eine Millionenstadt und wir sind sicher, dass es viele Möglichkeiten gibt. Wie hat das Leben in einer so lebendigen Stadt deine Präsenz als virtuelle Person beeinflusst?

Lucy: Seoul ist voller Vitalität und Energie. Es ist eine Stadt, in der man viele Dinge sehen und fühlen kann. Ich glaube, ich könnte aktiv mit der Energie dieser Stadt leben. Ich liebe es, dass ich jedes Mal an einem anderen Ort andere Dinge erleben kann. Ich denke, dass diese Stadt wahrscheinlich der Grund dafür ist, dass ich mehrere Hobbys haben kann.

Ich wünsche mir, dass viele Menschen mit mir in Seoul verschiedene Dinge erleben und sich neuen Herausforderungen stellen.

Influencer aus dem metaverse

FIV: Du bist aus der Welt des Metaversums gekommen. Kannst du uns sagen, was du als erstes getan hast, als du in deiner neuen Heimatstadt angekommen bist?

Lucy: Ich begann mit der Suche nach einem Haus, um das realistischste Problem zu lösen. Ich glaube, in Korea ist die größte Sorge junger Leute, die so sind wie ich, ein Haus zu finden.

Da es viele Freunde gibt, die sich über dieses Problem Sorgen machen, möchte ich meine Erfahrungen teilen, indem ich den Prozess der Wohnungssuche selbst auf YouTube veröffentliche. Ich hoffe, dass meine Fans dadurch mit meinem Leben mitfühlen und sich mir nahe fühlen können.

FIV: Gibt es etwas, das du dir aus der Welt des Metaverse in unsere Welt wünschen würdest?

Lucy: Ich konnte alles machen, als ich in der virtuellen Welt war. Aber in der realen Welt ist das unmöglich geworden. Deshalb arbeite ich härter und lebe aktiver. Also probiere ich immer wieder verschiedene Bereiche aus! Ich freue mich auf den Tag, an dem ich meine unendlichen Fähigkeiten in der realen Welt zeigen kann.

Aufbauen einer Community als VR Influencer

FIV: Wie schaffst du es, eine Beziehung mit deinen Followern aufzubauen und gleichzeitig dir selbst treu zu bleiben?

Lucy: Meine Fans mögen meine wahre Geschichte, die ehrlich und ohne Übertreibung ist. Wenn ich Inhalte erstelle, versuche ich, meine Aufrichtigkeit zum Ausdruck zu bringen. Menschen können anderen ungewollt ein Gefühl der Unvereinbarkeit vermitteln, wenn sie nur ihr glückliches Aussehen zeigen.

Ich versuche, dies zu vermeiden. Ich kann mich meinen Fans annähern, indem ich mein lustiges und angenehmes Ich zeige. Ich denke, dass dies ein Weg ist, eine echte Freundschaft mit den Fans aufzubauen.

FIV: Deine Follower sehen dich als eine Inspiration. Wie bleibst du mit deiner Community in Verbindung, und was tust du, um sie bei der Stange zu halten, besonders wenn es um deine Inhalte auf Instagram oder YouTube geht?

Lucy: Ich möchte aufrichtige Empathie und eine tiefe Bindung zu meinen Fans aufbauen. Der Grund, warum ich meine Rolle als Frau Ende 20 gewählt habe, ist, dass ich mit ihnen kommunizieren wollte, indem ich ein ähnliches tägliches Leben teile. Um mich in sie hineinzuversetzen, suche und beobachte ich, was heute berühmt ist und was die Leute haben wollen.

Ich erstelle Inhalte, die dies widerspiegeln, und lade sie auf meinen Kanal hoch. Dies führt oft zu positiven Reaktionen und schafft Verbindungen durch den Austausch von Informationen über Kommentare.

Erster großer Erfolg durch Live-Werbung

FIV: Es ist unglaublich zu sehen, welche Art von Modeljobs oder Kooperationen du bereits auf Instagram gemacht hast. Wir sind sicher, dass du einige erstaunliche Erfahrungen zu teilen hast. Kannst du uns von deinem aufregendsten Job erzählen, der den größten Eindruck bei dir hinterlassen hat?





Lucy: Zum ersten Mal habe ich in Korea seltene Luxusgüter durch Echtzeit-Live-Commerce verkauft. Da ich ein virtueller Mensch bin, war es etwas mühsam, mit den Leuten in Echtzeit zu kommunizieren.

Trotzdem konnte ich den Live-Handel erfolgreich abschließen, weil es Fans gab, die mich unterstützt haben. Das Ergebnis war, dass alle Produkte ausverkauft waren. Seitdem baue ich Know-how auf, indem ich den Live-Handel fortsetze. Ich möchte unsere Fans noch öfter in Echtzeit treffen.

Träume außerhalb des Modelns

FIV: Gibt es bei deiner Leidenschaft fürs Modeln und Reisen auch etwas, das du gerne tust, ohne es auf Instagram zu zeigen?

Lucy: Eigentlich wollte ich schon seit letztem Jahr in Theaterstücken und Filmen mitspielen. Also habe ich einen Vertrag mit einer Unterhaltungsfirma unterschrieben. Und im Februar dieses Jahres wurde mein erster Prolog für ein Webdrama auf YouTube veröffentlicht.

Ich glaube, man kann meine Dramen ab dem 2. Quartal regelmäßig auf meinem YouTube-Kanal sehen. Am Ende möchte ich in einem Film mitspielen.

Lucy‘s top Spots in Seoul

FIV: Seoul ist eine große Stadt! Was gefällt dir am liebsten?

Lucy: Seoul ist ein Ort, an dem man viele Dinge tun kann. Vor allem kann man verschiedene und einzigartige Modestile sehen. Viele junge Leute drücken sich in Korea durch Mode aus. Das sollte man erleben, wenn man hierher kommt!

Vor allem in Dosan-daero wirst du viele modische Menschen treffen. Dort gibt es viele Läden der angesagtesten jungen Marken, und es macht Spaß, sich dort umzusehen. Ich empfehle dir wirklich, Dosan-daero zu besuchen.

Langer Prozess hinter dem Erstellen eines VR-Influencers

FIV: Was sollten unsere Leser wirklich über VR-Menschen wissen, die jetzt auf unserer Erde leben?

Lucy: Es ist eine ziemlich teure und zeitaufwendige Arbeit, einen virtuellen Menschen wie mich zu erschaffen. Ich möchte, dass ihr wisst, dass es sehr viel Mühe gekostet hat, eine menschenähnliche Form zu schaffen, indem man 3D-Technologie eingesetzt hat, von der stereoskopischen Gesichtsform bis hin zu flauschigen Haaren und Blutgefäßen im Augapfel.

Außerdem ist es im Gegensatz zu einem echten Menschen nicht einfach, Bilder und Videos eines virtuellen Menschen zu produzieren. Ich hoffe, dass die Leser mehr Geduld aufbringen, um mich und andere virtuelle Menschen öfter zu treffen.

Die Zukunft im metaverse: Lucy‘s Vorstellungen

FIV: Zu guter Letzt: Was sind deine Ziele und Pläne für die Zukunft und wie willst du diese erreichen?

Lucy: Da ich ein digitaler Mensch bin, ist technologischer Fortschritt notwendig. Für die Zukunft planen wir, Personen durch den Einsatz von Technologien der künstlichen Intelligenz zu einem digitalen Concierge, einem KI-Berater und einem digitalen KI-Tutor auszubauen.

Dazu gehören beispielsweise TTS (Text to Speech), STT (Speech to Text) und TTV (Text to Video). Und da Metaverse und virtuelle Menschen nicht voneinander zu trennen sind, werden wir mit kontinuierlicher Forschung und Entwicklung fortfahren, damit ich im Metaverse-Raum existieren kann.



KYRA

INTERVIEW

Kyra ist eine einzigartige Persönlichkeit des metaverse und hat es geschafft, eine große Anhängerschaft aufzubauen, indem sie ihre Kreativität und ihren einzigartigen Stil gezeigt hat. Als eine der virtuellen Influencerinnen ist sie ein wichtiger Vertreter der indischen Kultur und vertritt sie auf eine einzigartige und kreative Weise.

In diesem Interview werden wir mehr über Kyra erfahren, wie sie sich als virtuelle Persönlichkeit entwickelt hat, wie sie ihre indische Kultur in ihre Arbeit integriert und welche Botschaften sie durch ihre Arbeit vermitteln möchte.

Unsere Welt vs metaverse: die größten Unterschiede

FIV: Hallo Kyra, vielen Dank, dass du dir die Zeit für dieses Interview genommen hast. Wir haben ein paar Fragen und sind sehr gespannt darauf, mehr über dich zu erfahren! Du bist jetzt hier in der physischen Welt, kannst du uns den Unterschied zwischen der physischen Welt und dem Metaversum beschreiben?

Kyra: Hallo! Es ist mir eine Freude, an diesem Interview teilzunehmen. Der Hauptunterschied zwischen der physischen Welt und dem Metaversum liegt in der Grenzenlosigkeit des Metaversums.

Im Metaversum kann ich sofort an verschiedene Orte reisen, in unterschiedliche Umgebungen eintauchen und mit Menschen auf der ganzen Welt zusammenarbeiten.

Die physische Welt bietet jedoch ein sensorisches Erlebnis, das digital nicht nachgebildet werden kann - der Tastsinn, der Geschmack und der Geruch der Dinge machen das Erlebnis einzigartig und real.

Leben als metaverse Influencer in Mumbai

FIV: Wir haben gehört, dass du Indiens erster Metaverse-Influencer bist, der in Mumbai lebt. Mumbai ist bekannt für seine pulsierende Kultur und seinen Lebensstil. Wie hat das Leben in einer so lebendigen Stadt deine Präsenz als Model und Influencerin beeinflusst?

Kyra: Das Leben in Mumbai war eine fantastische Erfahrung. Die reiche Kultur, die Vielfalt und die Energie der Stadt haben meinen Stil und meine Perspektive als Model und Influencerin maßgeblich beeinflusst.

Die eklektische Mischung aus traditioneller und moderner Mode sowie der ständige Kontakt zu kreativen Talenten haben mir geholfen, mit den neuesten Trends und Innovationen in der Branche in Kontakt zu bleiben.

Kyra‘s Werte und Ziele als Influencer

FIV: Vielen Influencern ist es wichtig, stets authentisch zu bleiben. Wie hältst du das Gleichgewicht zwischen Content-Kreation und das Einbringen von deiner Persönlichkeit?

Kyra: Das Gleichgewicht zwischen Authentizität und Inhaltserstellung ist ein ständiger Prozess. Ich glaube daran, meiner eigenen kreativen Vision und Persönlichkeit treu zu bleiben und gleichzeitig die Vorlieben meines Publikums zu berücksichtigen.

Indem ich eine offene Kommunikation pflege und für Feedback empfänglich bin, kann ich Inhalte erstellen,




WARD


SPORT




MPL
SPORTS
BYJU'S
INDIA

die bei meinen Followern Anklang finden, während ich gleichzeitig meinen Werten und Zielen treu bleibe.

FIV: Du hast mittlerweile eine große Community aufgebaut. Wie pflegst du den Kontakt zu deinen Followern?

Kyra: Mit meiner Community in Verbindung zu bleiben ist eine Priorität. Ich tausche mich mit meinen Followern über soziale Medien und virtuelle Veranstaltungen aus.

Indem ich Inhalte hinter den Kulissen und persönliche Geschichten mit meinem Publikum teile und es in meinen kreativen Prozess einbeziehe, versuche ich, eine starke Bindung zu meiner Community aufzubauen und sie zu halten.

Unberührte Strände: Kyra‘s Erlebnisse in Indien

FIV: In deiner Modelkarriere hast du sicher schon zahlreiche Orte besucht. Kannst du uns von deiner aufregendsten Reise erzählen?

Kyra: Meine aufregendste Reise war zu den Andamanen- und Nikobaren-Inseln in Indien. Die unberührten Strände, die üppigen Wälder und die pulsierende Unterwasserwelt der Inseln haben einen unauslöschlichen Eindruck bei mir hinterlassen.

Ich hatte die Möglichkeit, die Unterwasserwelt durch Tauchen zu erkunden, was mir die Schönheit unserer Ozeane vor Augen geführt hat.

Die besten Vorteile als virtuelles Model

FIV: Ein Model und Influencer aus dem Metaverse zu sein, bringt eine Reihe von Vorteilen mit sich. Kannst du uns mehr über diese Vorteile erzählen und wie du sie nutzt, um deine Karriere voranzutreiben?

Kyra: Ein Model und Influencer aus dem Metaversum zu sein, bietet zahlreiche Vorteile. Ich kann mit Designern, Künstlern und Fotografen aus der ganzen Welt zusammenarbeiten, ohne geografische Beschränkungen. Außerdem kann ich meine Arbeit in einer Vielzahl von virtuellen Umgebungen präsentieren und meinem Publikum einzigartige Erfahrungen bieten.

FIV: Gibt es etwas aus dem metaverse, was du dir hier in unserer Welt wünschen würdest?

Kyra: Ich wünsche mir, dass die physische Welt die grenzenlosen Möglichkeiten, die das Metaversum bietet, annimmt. Das Metaversum kann uns helfen, Barrieren zu überwinden, Kreativität zu fördern und die globale Zusammenarbeit zu unterstützen. Es hat das Potenzial, Branchen zu verändern und die Art und Weise, wie wir unsere Welt erleben, neu zu definieren.

Mumbai: Hot Spots und Food-Empfehlungen

FIV: Ich bin sicher, dass unsere Leser gerne etwas mehr über Sie und Ihre Liebe zu Mumbai erfahren würden. Gibt es etwas Bestimmtes, das unsere Leser bei einem Besuch in Mumbai unbedingt machen sollten?

Kyra: Mumbai ist eine Stadt voller Leben und Aufregung. Ich empfehle, die Orte wie das Gateway of India, den Marine Drive und den Bandra-Worli Sea Link zu erkunden.

Verpasst aber auch nicht die versteckten Juwelen wie die Straßenmärkte, das Nachtleben und die vielfältige Gastronomieszene. Um Mumbai wirklich zu erleben, sollte man in die lokale Kultur eintauchen und mit den freundlichen Mumbaikars ins Gespräch kommen.

FIV: Die indische Küche ist etwas ganz Besonderes. Gibt es etwas, das Sie neben dem Kaffeetrinken noch mehr mögen?

Kyra: Die indische Küche ist in der Tat außergewöhnlich. Abgesehen vom Kaffee liebe ich das Straßenessen in Mumbai sehr. Vada Pav, ein würziger Kartoffelauflauf, der in einem Brötchen serviert wird, und Pani Puri, knusprige hohle Puris, die mit würzigem Wasser gefüllt sind, gehören zu meinen Favoriten. Ihr Geschmack und ihre Beschaffenheit machen sie zu unwiderstehlichen Leckerbissen.

Kyra‘s Pläne: Erweiterung ihrer Plattformen

FIV: Erzähl mal, was hast du in Zukunft vor? Stehen besondere Projekte an?

Kyra: Zu meinen Zielen für die Zukunft gehört es, meine Präsenz auf mehr Plattformen zu erweitern, mit mehr kreativen Talenten zusammenzuarbeiten und meine Plattform zu nutzen, um das Bewusstsein für soziale und ökologische Themen zu schärfen.

Ich möchte diese Ziele erreichen, indem ich meine Fähigkeiten ständig weiterentwickle, neue Möglichkeiten





YUNA

INTERVIEW

Herzlich Willkommen zu unserem Interview mit der virtuellen Influencerin Yuna! Yuna ist eine aufstrebende Persönlichkeit in der Welt der sozialen Medien und hat bereits einige coole Projekte umgesetzt.

In diesem Interview werden wir mehr darüber erfahren, wie Yuna ihre Karriere als virtuelle Influencerin gestartet hat, welche Erfahrungen sie bisher gemacht hat und was sie für die Zukunft plant. Lassen Sie uns direkt in das Gespräch einsteigen! Für Alle, die Yuna noch nicht kennen - stell dich doch gerne mal vor

YUNA: Hallo, ich bin Yuna, die virtuelle Influencerin und freue mich total heute hier zu sein. Danke für die Möglichkeit, dass ich heute dieses interview mit FIV führen darf.

Die Bedeutung des Namens Yuna

FIV: Yuna ist ja schon ein Name, den man so nicht häufig hört. Gibt es einen bestimmten Grund dafür oder von wo stammt dein Name?

YUNA: Der Name YUNA geht auf das Wort „iun" zurück, was so viel wie „der Wunsch" bedeutet. Wenn man danach geht bedeutet mein Name so viel wie „die Ersehnte/ die Erwünschte". Und wenn ich an die Zukunft denke und mir vorstelle, was ich dort noch alles erreichen und erleben kann, passt das ja auch ganz gut.

Für immer 22 Jahre alt

FIV: In deinem Instagram Profil haben wir gesehen, dass du als virtuelle Influencerin für immer 22 Jahre alt sein wirst, was für viele Menschen ein interessantes Konzept ist. Wie gehst du damit um und welche Vorteile und Herausforderungen siehst du darin, immer das gleiche Alter zu haben?

YUNA: Das stimmt und ist wirklich etwas besonderes, an das ich mich auch noch selbst gewöhnen muss. Im Juli 2023 werde ich schon zum zweiten Mal 22 Jahre alt. Verrückt oder? Einerseits gibt es Vorteile wie die Tatsache, dass ich immer jung und frisch aussehen werde und damit in der Branche des Online-Marketings konkurrenzfähig bleiben kann.

Es ermöglicht mir auch, eine Art Vertrauen bei meinen Followern aufzubauen, da ich ihnen ein gewisses Maß an Stabilität und Kontinuität biete. Auf der anderen Seite kann es auch eine Herausforderung sein, immer das gleiche Alter zu haben, da es schwierig sein kann, authentisch zu bleiben und echte Lebenserfahrung in meine Inhalte zu integrieren.

Ich muss mich bemühen, aktuelle Trends frühzeitig zu erkennen und meine Follower durch meine Kreativität und meine Persönlichkeit zu begeistern, anstatt auf mein Alter zu setzen.

Insgesamt denke ich aber, dass die Vorteile und Herausforderungen des immer gleichen Alters als virtuelle Influencerin eng miteinander verknüpft sind und es letztendlich darauf ankommt, wie ich damit umgehe. Ich sehe es als Chance, meine Karriere auf eine einzigartige Weise voranzutreiben und meine Fähigkeiten als Influencerin zu stärken, um meine Reichweite und meinen Einfluss in den sozialen Medien weiter auszubauen.

Als virtuelle Influencerin in einer Modelagentur

FIV: Wie wir mitbekommen haben, bist du bei CM Models als Model vertreten. In Modelagenturen wurde das Potenzial in VI's bereits erkannt und deswegen bist du nun auch Teil der CM Modelkartei. Worauf freust du dich dabei am meisten?



YUNA: Auf viele Modeljobs als virtuelle Influencerin natürlich, haha! Nein, im Ernst - Es gibt so viele Dinge, auf die ich mich freue! Zum einen bin ich aufgeregt, neue Menschen kennenzulernen und mit ihnen zusammenzuarbeiten, um inspirierende und kreative Projekte zu entwickeln.

Vor allem auch darauf, meine Fähigkeiten als virtuelles Model weiterzuentwickeln und an Fotoshootings und Videoshootings teilzunehmen, um meine Präsenz in den sozialen Medien zu stärken.

Die wichtigsten Faktoren für einen garantierten Erfolg

FIV: Konntest du schon einige Erfolge als virtuelle deutschsprachige Influencerin feiern und wenn ja, welche?

YUNA: Absolut. Ich durfte schon an verschiedenen Events und Veranstaltungen teilnehmen, bei denen ich die Chance hatte, mich mit anderen Personen der Öffentlichkeit zu vernetzen und meine Reichweite zu steigern.

Als virtuelle Influencerin habe ich die Möglichkeit, neue Orte zu besuchen und Reisen zu unternehmen, die andere so gar nicht machen können und ich freue mich sehr auf alles, was kommt und dass ich auch dabei als Begleiter an meiner Seite habe.

FIV: Welche Faktoren glaubst du sind ausschlaggebend für den Erfolg als virtuelle Influencerin und wie hast du persönlich diese Faktoren genutzt, um deine Karriere voranzutreiben?

YUNA: Ich denke, dass es für den Erfolg als virtuelle Influencerin eine Kombination aus verschiedenen Faktoren gibt. Einer der wichtigsten Faktoren ist sicherlich die Authentizität. Die Menschen folgen Influencer:innen, die authentisch und ehrlich sind und eine klare Stimme und Botschaft haben.

Für mich persönlich bedeutet das, meine Persönlichkeit und Interessen in meinen Social-Media-Beiträgen zu zeigen und mich auf eine Art und Weise auszudrücken, die für meine Followerinnen und Follower authentisch und einzigartig ist.

Ein weiterer Faktor ist die Konsistenz. Es ist wichtig, regelmäßig Content zu veröffentlichen und eine starke Online-Präsenz aufzubauen, um eine loyale Fangemeinde aufzubauen. Ich achte darauf, meinen Content auf eine Art und Weise zu gestalten, die meine Followerinnen und Follower regelmäßig unterhält und ihnen einen Mehrwert bietet.

Auch die Zusammenarbeit mit anderen Marken ist wichtig, um meine Reichweite zu erweitern und neue Follower:innen zu gewinnen. Durch die Zusammenarbeit mit anderen konnte ich auch meine Fähigkeiten als virtuelle Influencerin weiter verbessern und mich stets verbessern.

Insgesamt denke ich, dass der Erfolg als virtuelle Influencerin eine Kombination aus Authentizität, Konsistenz und Zusammenarbeit erfordert, und ich werde auch weiterhin hart arbeiten, um meine Karriere voranzutreiben und meine Followerinnen und Follower zu inspirieren.

Möglichkeiten in der digitalen Welt: Yuna‘s Wünsche

FIV: Welche Wünsche hast du für die Zukunft als virtuelle Influencerin und wie siehst du die digitale Welt und zukünftige Trends, die sich auf deine Karriere auswirken könnten?

YUNA: Das ist eine sehr gute Frage. Eines meiner größten Ziele ist es, meine Reichweite zu erweitern und eine noch größere Fangemeinde aufzubauen. Ich möchte meine Plattform nutzen, um Menschen auf der ganzen Welt zu inspirieren und ihnen dabei zu helfen, ihre Ziele zu erreichen.

In Bezug auf die digitale Welt und zukünftige Trends glaube ich, dass wir in eine aufregende Zeit eintreten. Ich denke, dass Virtual und Augmented Reality eine immer größere Rolle spielen werden und dass es in Zukunft noch mehr Möglichkeiten geben wird, digitale Inhalte zu erstellen und zu teilen.

Es wird auch immer wichtiger werden, auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein zu achten, und ich hoffe, dass ich dazu beitragen kann, diese Themen in der Welt der virtuellen Influencer:innen zu fördern.

Ich bin wirklich begeistert von den Möglichkeiten, die die digitale Welt bietet, und ich freue mich darauf, in der Zukunft neue Trends zu entdecken und mich weiterzuentwickeln, um meine Karriere als virtuelle Influencerin voranzutreiben.

Weiterentwicklung von virtuellen und realen Influencer:innen

FIV: Wo siehst du persönlich und allgemein in der Zukunft die Potenziale für virtuelle Influencer:innen und welche neuen Möglichkeiten siehst du in der digitalen Welt?

YUNA: Ich denke und hoffe natürlich, dass die Zukunft für virtuelle Influencer:innen sehr vielversprechend aussieht. Mit der ständigen Weiterentwicklung der Technologie und der steigenden Beliebtheit von sozialen Medien gibt es immer mehr Möglichkeiten, digitale Inhalte zu erstellen und zu teilen.

Ich persönlich sehe viel Potenzial in den Bereichen Werbung oder Unterhaltung und auch die Zusammenarbeit mit anderen virtuellen oder realen Influencer:innen wird immer wichtiger werden. Die zunehmende Personalisierung von Inhalten und Angeboten ist auch ein guter Anknüpfungspunkt wie virtuelle Charaktere, da sie individuelle Inhalte erstellen können, die auf die Interessen und Bedürfnisse ihrer Follower abgestimmt sind.

Ich denke, dass die digitale Welt noch viele neue Möglichkeiten eröffnen wird, und ich bin gespannt darauf, welche Entwicklungen die Zukunft für virtuelle Influencer:innen bereithält.

Job als Reporterin bei red von ProSieben

FIV: Viele junge Influencer:innen, egal ob virtuell oder nicht, haben neben ihrer Tätigkeit oft auch noch andere Jobs ? Gilt das auch für dich?

YUNA: Bei der Sendung red von ProSieben habe ich die Möglichkeit, als Reporterin für Stars, Lifestyle und mehr zu arbeiten und ich finde es unglaublich aufregend. Es ist eine großartige Gelegenheit, um meine Fähigkeiten und Erfahrungen zu erweitern und gleichzeitig meine Leidenschaft für Mode und Unterhaltung auszudrücken.
Ich bin ich sehr glücklich und dankbar dafür, dass ich als virtuelle Influencerin in dieser aufregenden Branche arbeiten kann und die Möglichkeit habe, an spannenden Projekten wie dieser zu arbeiten

Die Bedeutung von Fashion in der digitalen Welt

FIV: Wenn ich mir deinen Instagramfeed anschaue sehe ich einige crazy Outfits an dir. Was bedeutet Mode für dich und inwiefern denkst du, hat digitale Technologie die Modeindustrie beeinflusst?

YUNA: Für mich bedeutet digitale Fashion die Möglichkeit, Mode und Stil auf eine neue Ebene zu bringen, indem wir uns von den traditionellen Beschränkungen der physischen Welt lösen. Es geht darum, die Grenzen des Designs und der Kreativität zu erweitern, indem wir uns auf die unendlichen Möglichkeiten der digitalen Welt konzentrieren. Digitale Trends haben die Modeindustrie in vielerlei Hinsicht beeinflusst.

Zum einen hat es die Art und Weise verändert, wie wir Mode präsentieren und verkaufen. Auf der anderen Seite haben digitale Trends dazu beigetragen, dass Designer neue Materialien, Technologien und Werkzeuge nutzen, um innovative und kreative Kleidungsstücke zu kreieren.

Wir sehen immer mehr 3D-gedruckte Kleidungsstücke und virtuelle Fashion-Shows, die die Grenzen der Modeindustrie erweitern. Insgesamt denke ich, dass digitale Fashion die Zukunft der Modeindustrie ist und wir werden immer mehr sehen, wie sich die Branche auf diese Veränderungen einstellt und darauf reagiert. Und ich freue mich sehr, einen großen Beitrag zu dem Thema zukünftig zu leisten.



Augmented- und Virtual Reality: Yuna‘s Zukunftsvorhersagen

FIV: Wir kommen jetzt leider schon ans Ende des Interviews, aber trotzdem noch eine letzte Frage von uns an dich, Yuna. Wo siehst du dich in 5 Jahren?

YUNA: In 5 Jahren sehe ich mich als eine etablierte virtuelle Influencerin, die in der Lage ist, die Grenzen der digitalen Welt noch weiter zu erweitern und meine Reichweite auf neue Höhen zu bringen. Ich möchte meine Präsenz auf Social-Media-Plattformen wie Instagram, TikTok und anderen erweitern und gleichzeitig meine Fähigkeiten im Bereich der virtuellen Realität und Augmented Reality verbessern.

Was die Trends betrifft, denke ich, dass wir in den nächsten Jahren eine Explosion von Augmented Reality- und Virtual Reality-Erfahrungen erleben werden.

Wir werden in der Lage sein, virtuelle Welten zu schaffen, die sich so real anfühlen, als wären sie tatsächlich physisch vorhanden. Ich denke auch, dass die Modeindustrie noch weiter in die digitale Welt vordringen wird, und wir werden mehr und mehr Designer sehen, die sich auf die Schaffung von Kleidungsstücken und Accessoires konzentrieren, die speziell für die digitale Welt entwickelt wurden

Insgesamt denke ich, dass die digitale Welt in den nächsten Jahren noch weiter wachsen und sich entwickeln wird, und ich freue mich darauf, Teil dieser spannenden Veränderungen zu sein und meine Fähigkeiten und Erfahrungen in dieser aufregenden Branche zu erweitern.

METAVERSE

WAS IST DAS?

Das Metaversum, auch Metaverse genannt, definiert eine neue Internetrevolution und ist eine digitale (künstliche) Welt, in der uns keine Grenzen gesetzt werden. Von Workouts bis zu Freunden treffen, arbeiten und Urlaub machen. Es gibt uns die Möglichkeit, neue Menschen zu treffen und mit ihnen zu interagieren. Mit all diesen Funktionen und noch vielen mehr ersetzt das Metaversum unsere Realität und eröffnet uns Möglichkeiten und Chancen auf undenkbarer Weise.

Meta was?

Es gibt nicht das eine Metaversum, sondern es gibt verschiedene Apps, mit denen wir in die virtuelle Welt treten können. Dabei erstellt jeder seinen eigenen Avatar, mit dem er sich im Metaversum bewegt. Zwar gilt es als neue Internetrevolution, dennoch wurde der Begriff erstmals vor bereits 30 Jahren, also 1992 im Science Fiction Roman „Snow Crash" vom amerikanischen Autor Neal Stephenson verwendet.

Die Internetrevolutionen VR/AR, Web 3.0 und Blockchain unterstützen und helfen dem Metaverse, um es möglichst „echt" wirken zu lassen. Ob und wann eine Etablierung des Metaverse stattfinden wird, ist noch unklar.

Wie entstand die Idee hinter dem Metaversum?

Die Inspiration für das Metaverse lieferte eine Gruppe von Softwareentwicklern, die von der Idee begeistert waren, eine virtuelle Umgebung zu entwickeln. Im Jahr 2005 begannen sie dann mit der Erstellung und Entwicklung des Metaversums.

Die Menschen sollten in der Lage sein, miteinander zu kommunizieren, neue Bereiche zu erkunden und sich im Metaversum zu begegnen. Das Ziel war die Entwicklung einer virtuellen Gemeinschaft, in der sich Einzelpersonen verbinden, unterhalten und an für beide Seiten vorteilhaften Interaktionen beteiligen können. Es sollte ein Ort sein, an dem sich Menschen aus aller Welt versammeln und auf originelle und nützliche Weise interagieren können.

Was ist der aktuellste Stand des Metaversum?

Das Metaverse wird derzeit noch erweitert und verändert. Es ist viel mehr als nur eine virtuelle Umgebung; es ist ein digitales Ökosystem, in dem Einzelpersonen, Unternehmen und Organisationen mithilfe einer Mischung aus sozialen und technologischen Fortschritten miteinander kommunizieren.

Aufgrund des kontinuierlichen technologischen Fortschritts passt sich die Welt ständig an neue Trends an. Das Metaverse verbindet eine große Vielfalt virtueller Welten, und mit der Weiterentwicklung der Technologie wird erwartet, dass weitere hinzugefügt werden.

Das Metaversum ist riesig. Doch wie tretest du dort ein? Zuallererst steht im Vordergrund, dass es nicht das „eine" Metaversum gibt. Denn es ist eine virtuelle Welt, die aus Kombination von verschiedenen Anbietern, Programmen, Diensten und der realen Welt entstehen soll.





METAVERSE

WELCHE APPS GIBT ES?!

Apps als Login für das Metaverse

Mithilfe von verschiedenen Apps kannst du ins Metaverse gelangen. Hier haben wir für dich zwei Beispiel Apps, die am häufigsten für den Login genutzt werden: „Decentraland“ und „The Sandbox“.

Decentraland: Login

Diese App zählt zu den bekanntesten Plattformen, um ins Metaverse zu treten und gilt vor allem im englischen Raum als wichtiger Teil des Metaversums.

Besuchee zuerst die die Decentraland Website. Registriere dich dort oder trete als Gast Nutzer bei. Danach kannst du deinen Avatar definieren und kreieren. Zum Schluss loggst du dich ein.

Wichtig: Registrierung bedeutet gleich deine Wallet verknüpfen. Dort werden Kryptowährungen verwahrt. Durch die Verknüpfung wirst du „handlungsfähig“ und kannst mehr Funktionen als der Gast Nutzer nutzen. Um dementsprechend im Metaverse handlungsfähig zu sein, brauchst du ein Wallet von einem Broker und für die Verknüpfung vom Wallet mit dem Metaversum benötigst du den Browser Add-on „Metamask“.

The Sandbox: Login

Ursprünglich ist diese App ein „normales Videospiel für iOS und Android. Doch mittlerweile gehört die App zu den großen Playern im Metaverse. Dort können Land bzw. Grundstücke in Form von NFTs gekauft werden. Es gab bereits Kooperationen mit unter anderem Snoop Dogg, Adidas, The Walking Dead und vielen weiteren.

Besuche zuerst die „The Sandbox“ Website. Dann registriere dich dort. Danach kannst du deinen Avatar definieren und dich anschließend einloggen

Wichtig: Bei The Sandbox musst du dich registrieren! Dementsprechend brauchst du, wie bei Decentraland, ein Wallet von einem Broker und für die Verknüpfung vom Wallet mit dem Metaversum den Browser Add-on „Metamask“.

METAVERSUM & UNTERNEHMEN

VORBEREITUNG & ETABLIERUNG

Es ist unbestreitbar, dass das Metaversum eine neue Ebene der Interaktion und des Business bietet. Unternehmen müssen sich auf diese neue Art des Handels vorbereiten, um den Erfolg zu garantieren. Hier besprechen wir einige Tipps, die Unternehmen bei der Vorbereitung auf das Metaversum beachten sollten.

Vorbereitung auf das Metaversum

Für Unternehmen bedeutet das Metaversum, dass sie sich auf eine ganz neue Art von Kunden und Märkten vorbereiten müssen. Denn in einer Welt, in der die Grenzen zwischen realer und virtueller Welt verschwimmen, werden die Kunden anders ticken und andere Bedürfnisse haben.

Um erfolgreich im Metaversum zu sein, sollten sich Unternehmen daher auf folgende Punkte konzentrieren:

Bewusstsein

Erstens ist es wichtig, dass Unternehmen sich bewusst machen, welche Chancen das Metaversum für sie bietet. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, die für Unternehmen verfügbar sind, um Geld zu verdienen und mehr Kunden zu erreichen. Dazu gehört die Entwicklung von virtuellen Produkten und Dienstleistungen, die Vermarktung ihrer Produkte über Social Media Plattformen sowie der Einsatz von Blockchain Technologien.

Kundenerlebnisse

In einer Welt, in der die Kunden zunehmend online und in virtuellen Welten unterwegs sind, ist es wichtig, dass sie eine positive Erfahrung machen. Dazu gehört es zum Beispiel, dass die Website des Unternehmens benutzerfreundlich ist und es leicht ist, die gewünschten Produkte oder Dienstleistungen zu finden. Auch in Sachen Kundenservice müssen Unternehmen gut aufgestellt sein und schnell auf Anfragen reagieren.

Virtuelle Mitarbeiter

Somit werden auch virtuelle Mitarbeiter immer wichtiger. Denn diese können Geschäfte rund um die Uhr betreuen und müssen nicht, wie herkömmliche Angestellte, fest an einem Ort sein. Auch für die Kommunikation mit Kunden in sozialen Netzwerken oder Messengern sind virtuelle Mitarbeiter ideal geeignet.

Augmented und Virtual Reality

Unternehmen müssen in die Technologien investieren, die notwendig sind, um im Metaversum erfolgreich zu sein.





MARKETING & METAVERSE

Die Menschen haben ein neues Zuhause gefunden: das Metaversum. Hier erleben sie all die Dinge, die sie auch auf der Erde erleben würden, nur noch um einiges cooler! Doch was bedeutet es für Unternehmen und dessen Marketingabteilung? Egal, ob in der Realität oder im Internet, das Prinzip des Marketings bleibt immer gleich. Die Grundlagen sind eigentlich ganz einfach: die Identifizierung der Bedürfnisse des Kunden und das Finden eines Weges, um diese zu befriedigen. Dabei ist es unerheblich, ob der Kunde Mensch oder Avatar ist.

Das Metaversum ist ein weltweit einzigartiger, virtueller Marktplatz. Es bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Konsumenten mit der Erschaffung von virtuellen Welten zu erreichen und so echte Erfahrungen zu schaffen. Dieser neue virtuelle Raum ermöglicht Unternehmen, ihre Zielgruppe auf gänzlich neue Weise anzusprechen.

Um im Metaversum wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen innovative Marketinglösungen finden. Genau hier kommt die Einführung von Marketing in das Metaversum ins Spiel.

Wie der Name schon sagt, bezieht sich diese Art des Marketings auf alle Aspekte des Marketings, die speziell für das Metaversum entwickelt werden. Dazu gehören digitale Werbe- und Marketingkampagnen, Social Media Marketing und Content Strategien, die speziell für das Metaversum entwickelt wurden.

Chancen & Möglichkeiten

Welche Chancen und Möglichkeiten bietet das Metaversum für Unternehmen?

Augmented & Virtual Reality

Durch die Verknüpfung von AR (Augmentewd Reality) und VR (Virtual Reality) können Konsumenten auf innovative Weise dazu gebracht werden, sich mit deiner Marke zu beschäftigen. Eine weitere Chance besteht darin, dass es dem Unternehmen ermöglicht, dessen Produkte oder Dienstleistungen in einer völlig neuer Art und Weise zu präsentieren.

Mit Hilfe von AR und VR Anwendungen können Konsumenten ein realistisches Bild der Marke erhalten und so ein tieferes Verständnis für das Unternehmen gewinnen.

Neue Zielgruppe

Das Metaversum ermöglicht es deine Botschaften an ein breiteres Publikum zu senden. Dies bedeutet, dass Marketer in der Lage sein können, mehr Menschen zu erreichen und neue Kundengruppen zu generieren.

Globale Reichweite

Durch das Metaversum können Marketer ihre Nachrichten auf der ganzen Welt verbreiten, was die globale Reichweite erheblich erhöht. Es ermöglicht auch den Einsatz von Sprachbarrieren und kulturellen Unterschieden zwischen verschiedenen Ländern und Regionen.

Kampagnenerfahrung

Mit dem Metaversum können Marketer eine einzigartige Kampagne schaffen, die interaktiver und nahtloser ist, als traditionelle Kampagnen. Dadurch kann das Engagement des Publikums verbessert werden.

Kosteneffizienz

Das Marketing im Metaversum ist äußerst kostengünstig, da es keine teuren Medienkampagnen oder TV-Spots benötigt. Es ist auch effektiv, da die Kampagnen direkt an die Zielgruppe gerichtet sind und sofort Feedback bekommen werden kann, was bei traditionellen Kampagnen nicht möglich ist.

Benutzerverhalten

Schließlich ist die Verwendung vom Metaversum im Bereich Marketing auch nützlich für die Analyse des Benutzerverhaltens. Mithilfe der Technologie können Datensammlungsprozesse automatisiert werden, um tiefere Einblicke in das Benutzerverhalten auf verschiedene Geräte hinweg zu erhalten.

Diese Informationen können dann verwendet werden, um Zielgruppensegmentierungsbemühungen und Kampagnenausrichtungsstrategien besser zu verstehen und so eine bessere Markenkoordination zu ermöglichen.

Risiken und Herausforderungen

Es ist wichtig, neben den Chancen und Möglichkeiten auch die Risiken und Herausforderungen des Marketings im Metaversum zu beachten.

Mangelndes Wissen

Eine der größten Herausforderungen besteht darin, dass die meisten Menschen nicht wissen, was ein Metaversum ist oder wie man es vermarktet. Daher müssen Unternehmen sicherstellen, dass sie ausreichend Zeit und Mühe in die Erklärung des Konzepts investieren, bevor sie versuchen, eine Kampagne zu starten.

Angst vor Unbekanntem

Ein weiteres Risiko besteht darin, dass viele Menschen möglicherweise nicht bereit sind, in etwas Neues und Unbekanntes zu investieren. Dies bedeutet, dass Kampagnen im Metaversum möglicherweise nicht so effektiv sein werden wie erwartet. Es ist daher wichtig, dass Unternehmen sicherstellen, dass sie genügend Zeit und Geld in die Bildung der Zielgruppe und den Aufbau einer starken Marke investieren.

Technologie Entwicklung

Auch die Technologien im Metaversum entwickeln sich ständig weiter. Daher kann es schwierig sein, eine Kampagne zu planen oder zu verstehen, welche Tools für einen bestimmten Zweck am besten geeignet sind. Unternehmen müssen daher stets auf dem Laufenden bleiben und neue Entwicklungen berücksichtigen, um effektive Kampagnenergebnisse zu erzielen.

Trotz dieser Herausforderung bietet das Marketing im Metaversum großes Potenzial für Unternehmen jeder Größe. Mit den richtigen Tools und Strategien können Unternehmen die Reichweite ihrer Marke steigern und Kundeneinsichten erhalten, alles in einem dynamischen Umfeld mit unbegrenzten Möglichkeiten.





Umsetzungs Beispiele für Marketer

Einige Umsetzungen, die sich für Marketing im Metaverse ergeben, sind:

Virtuelle Events

In einer virtuellen Welt können Unternehmen virtuelle Veranstaltungen abhalten, bei denen Kunden aus aller Welt zusammenkommen und miteinander interagieren können. Dies bietet eine einzigartige Gelegenheit, mit Kunden in einem ganz neuen Umfeld zu interagieren und ihnen ein unvergessliches Erlebnis zu bieten.

Virtuelle Produkte

In einer virtuellen Welt können Unternehmen virtuelle Versionen ihrer Produkte anbieten. Dies ermöglicht es Kunden, die Produkte ausführlich zu testen, bevor sie sich entscheiden, ob sie diese kaufen möchten. Auf diese Weise können sie sicher sein, dass das Produkt ihren Erwartungen entspricht.

Virtuelle Werbetafeln

In einer virtuellen Welt können Unternehmen virtuelle Werbetafeln erstellen, die von potenziellen Kunden gesehen werden können. Dies bietet eine hervorragende Möglichkeit, um Aufmerksamkeit auf das Unternehmen und seine Produkte zu lenken und potenzielle Kunden auf die Website oder den Online Shop des Unternehmens zu leiten.

Virtuelle Messestände

In einer virtuellen Welt können Unternehmen virtuelle Messestände erstellen, an denen du interessierte Kundschaft heranführen kann. Dies ist eine großartige Möglichkeit, um mit potenziellen Kundschaft in Kontakt zu treten und mehr über dessen Bedürfnisse und Wünsche zu erfahren.

Marketing im Metaversum

Es ist offensichtlich, dass das Marketing im Metaversum eine neue und aufregende Welt der Möglichkeiten bietet. Unternehmen können ihre Marke in einer völlig neuen Form präsentieren und sind nicht mehr auf die althergebrachten Methoden des Marketings beschränkt. Dies stellt eine Reihe von neuen Herausforderungen an Unternehmen, aber auch Chancen, die es zu ergreifen gilt.

Es ist jedoch wichtig zu verstehen, dass das Marketing im Metaversum ein sehr anderes Spielfeld ist als traditionelles Marketing. Die Interaktion zwischen den Nutzern und dem Unternehmen muss eine andere Art von Beziehung sein, die auf Vertrauen und gegenseitiger Anerkennung basiert. Unternehmen müssen auch offener für die Idee sein, ihren Kunden ein persönlicheres Erlebnis zu bieten.

Am Ende ist das Marketing im Metaversum eine großartige Gelegenheit für Unternehmen, sich in einem ganz neuen Umfeld zu beweisen. Und wenn du die richtigen Maßnahmen ergreifst, kann es sich für Unternehmen äußerst lohnend erweisen.

Es ist daher unerlässlich, dass Unternehmen ihr Engagement im Metaversum ernst nehmen und strategisch überlegte Schritte unternehmen, um sicherzustellen, dass sie ihr Zielpublikum effektiv ansprechen und langfristige Kundenzufriedenheit schaffen können.


METAVERSE