

Kundennutzen von VR-basierten 360° Panoramen für den Erwerb beratungsintensiver Güter und Dienstleistungen: Eine Case Study im Garten- und Landschaftsbau

Florian Remark¹, Lisa Berkemeier¹, Oliver Thomas¹

¹ Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik, Universität Osnabrück, Germany
{florian.remark, lisa.berkemeier,oliver.thomas}@uni-osnabrueck.de

Abstract. Virtual Reality (VR) steigert die Teilhabe und Autonomie des Kunden im Kaufprozess von ortsgebundenen und beratungsintensiven Gütern und Dienstleistungen. Im Rahmen einer Case Study wird der Nutzen von Virtual Reality Technologien im Garten- und Landschaftsbau untersucht, um zu zeigen, dass mit diesen immersiven Szenarien die Planung eines Projektes unterstützt wird und eine Verbesserung gegenüber konventionellen Präsentationsmedien in der Entscheidungsfindung besteht. Die Anforderungsanalyse, prototypische Implementierung und Evaluation (N=61) eines VR-Systems, welches die Entscheidungsbasis des Kunden fundamental erweitert, tragen zur Wissensbasis bei. Ein praktischer Beitrag entsteht durch einen unternehmensspezifischen Prototyp, der sowohl branchenintern, als auch –übergreifend einfach auf andere Unternehmen adaptiert werden kann.

Keywords: Virtual Reality, VR, beratungsintensive Dienstleistungen, Case Study Research