World Tourism Forum Lucerne

Touristiker fliegen auf Virtual Reality

Am World Tourism Forum Lucerne (WTFL) zeigte die Branche, was mit Virtual Reality im Tourismus heute schon möglich ist und was uns in naher Zukunft erwartet.

PATRICK TIMMANN

Was hat die Virtual-Reality-Technologie dem Tourismus zu bieten? Davon konnten sich die Besucherinnen und Besucher Anfang Mai beim World Tourism Forum Lucerne (WTFL) selbst ein Bild machen. Virtual Reality (VR) war auf dem internationalen Tourismus-Gipfel nur eines von zahlreichen Zukunftsthemen – dafür ein besonders eindrückliches. Mit auf dem Podium sass nämlich Martina Stadler, Direktorin der Tourismusorganisation Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (TESSVM). Mitgebracht hatte sie drei VR-Brillen sowie eine exklusive Vorschau dreier VR-Erlebnisse, die demnächst zur Promotion in ihrer Region zum Einsatz kommen werden. Wer eine VR-Brille besitzt, kann sich bald auf einem virtuellen Flug durch die Nationalparkregion begeben, durch die Kirche des Unesco-Klosters in Müstair wandeln oder in Samnaun die Skipiste herabfräsen. Noch vor den Sommerferien sollen diese Erlebnisse der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. «Wir sind überzeugt, dass Virtual Reality in Zukunft eine grosse Rolle spielen und als Inspirationsquelle dienen wird», so Stadler. Das Feedback der Probanden am WTFL sei ausgesprochen positiv gewesen. Einige hätten nach dem Erlebnis sogar spontan beschlossen, die nächsten Skiferien im Engadin zu verbringen, freut sich die Tourismusdirektorin.

Virtuelles Schellen-Ursli-Erlebnis wirbt für das Unterengadin

Bei der TESSVM setzt man schon länger auf VR. Genauer gesagt seit dem Publikumserfolgsfilm «Schellen-Ursli». Dank der Partnerschaft mit dem Europapark entstand dort eine Achterbahnfahrt, bei der den Passagieren mithilfe von VR-Brillen eine halsbrecherische Rutschpartie durch die verschneite Unterengadiner Schellen-Ursli-Landschaft vorgegaukelt wird. Laut Martina Stadler besuchten allein im vergangenen Jahr mehr als 70 000 Besucher den Schellen-Ursli-Ride im Europapark – mit grossem Werbeeffekt für ihre Tourismusregion. Auch dieses Achterbahnerlebnis konnte man am WTFL in etwas abgespeckter Form nachvollziehen: auf einem Rüttel-Stuhl mit Windgebläse. Stadler steht zu solchen VR-Experimenten: «Man muss Sachen ausprobieren, um neue Erfahrungen zu sammeln. Wir wollen den Lauf der Zeit nicht verpassen.»

Ebenfalls vom Potenzial der virtuellen Realität überzeugt ist Ditti Bürgin-Brook, Producer bei der Schweizer Filmproduktionsfirma La Siala Entertainment, Co-Produzent des Schellen-Ursli-Films und auch zu Gast am diesjährigen WTFL. Was den Tourismus angeht, stecke die VR-Technologie allerdings noch in den Kinderschuhen, ist Bürgin-Brook überzeugt. Er zieht einen Vergleich zum aufkommenden Internet Ende der 1990er-Jahre. Damals habe sich kaum jemand vorstellen können, welche Möglichkeiten das Netz uns heute bietet. Mit VR sei das nicht anders. «Heute stehen wir in Sachen VR dort, wo wir 1999 mit dem Internet waren», glaubt Bürgin-Brook. Bis der grosse Durchbruch kommt, müsse allerdings noch ein Umdenken stattfinden: «Wir stehen an einem Punkt, wo wir eine komplett neue Sprache lernen.» VR werde völlig neue Möglichkeiten eröffnen, «360-Grad-Geschichten» zu erzählen, wie er es gegenüber dem Schweizer Fernsehen an der Berlinale 2018 ausdrückte. Herausforderung der Kreativen sei es, mit dieser neuen Sprache umzugehen und sie zu sprechen. Die Erzählform werde breiter und tiefer.

Martina Stadler bestätigt dies aus eigener Erfahrung. «Man muss umdenken, da man die Kamera nicht einfach in eine bestimmte Richtung ausrichten kann.» Im Gegensatz zu normalen Kameras filmen 360-Grad-Kameras in sämtliche Richtungen gleichzeitig. Mit herkömmlichen Kameras habe ein spektakulärer Blick in eine Richtung genügt, um ein tolles Bild oder Video zu schiessen. Mit der neuen Technik müsse man auch darauf achten, was in allen anderen Himmelsrichtungen zu sehen ist, erklärt Stadler. Das habe eine mentale Umstellung erfordert.

«Wir stehen an einem Punkt, wo wir eine komplett neue Sprache lernen.»
Ditti Bürgin-Brook
La Siala Entertainment GmbH

Mit William Turner auf den Vierwaldstättersee

Auch an anderen Schweizer Orten kommt VR zur touristischen Vermarktung zum Einsatz. So entsteht derzeit ein virtuelles Schifffahrtserlebnis auf dem Vierwaldstättersee, bei dem der Nutzer mit einem Abbild des englischen Malers William Turner «interagiert». Auch dieses Erlebnis konnten die WTFL-Besucher vorab erfahren, unter Leitung von Jenny Beutnagel: «Während der Fahrt über den Vierwaldstättersee erhält der Betrachter Einblicke in die wunderschöne Umgebung und auf die Rigi. In der Anwendung verschmilzt dann die Kunst von Turner mit der realen Aufnahme», so die Director Corporate Development bei der deutschen IT-Firma Interlake.

Bereits seit letztem Jahr im Einsatz ist VR auf knapp 3000 m Höhe auf der «Diavolezza» bei Pontresina. «Unser 360-Grad-Film zeigt, was man im Winter alles in der fabelhaften Bergwelt erleben kann», so Nicolà Michael, Produktmanagement & Marketing bei der Corvatsch AG. Viele Sommergäste seien nämlich nicht wintersportaffin. Mit dem VR-Erlebnis wolle man ihnen die Schönheit und Faszination des Engadiner Winters zeigen und sie dazu bewegen, die Region auch in der kalten Jahreszeit zu besuchen. Künftig soll VR auch als verkaufsförderndes Marketinginstrument im Sales-Bereich eingesetzt werden, verspricht Michael. In Planung sei zudem ein weiterer 360-Grad-Film, der die sommerliche Bergwelt virtuell erlebbar machen soll.

Die Kosten für den bestehenden Winter-Film beziffert Nicolà Michael auf insgesamt 48 000 Franken. Darin enthalten seien nicht nur die reinen Produktionskosten, sondern auch Helikopterflüge und Hardware. Martina Stadler möchte für ihr Projekt keine genauen Summen nennen. Die Kosten seien nicht repräsentativ, da es sich um ein Pilotprojekt handelt und sich die Beteiligten entsprechend «in der Mitte» getroffen haben. Stadler habe jedoch «einen guten Deal» bekommen. «Die Investition in die 360-Grad-Filme war nur unwesentlich höher als bei einer normalen Produktion.» Zudem seien die Filme auch am Bildschirm ganz traditionell in 2D schaubar, was einen zusätzlichen Mehrwert darstelle. Für die Zukunft stellt sie weitere VR-Anwendungen in Aussicht.

Jenny Beutnagel von Interlake empfiehlt den Touristikern indes, den Blick nicht auf VR zu beschränken. «Ich sehe die Chancen im Gesamtthemenbereich der erweiterten Realitäten (XR).» Das könnten 360 Grad in VR sein, wie im Engadin oder am Vierwaldstättersee, oder auch «nur» Augmented Reality (AR) à la «Pokemon Go», um einen Standort mit Digitalem anzureichern, oder sogar Mixed Reality, wo die Realität mit digitalen Elementen erweitert wird. Zum Beispiel wie im Porsche Museum in Stuttgart, in dem ein Guide als Hologramm erscheint (Porsche Museum, Stuttgart) und durch die Ausstellung führt. «Alles Szenarien, die nicht mehr nur Zukunftsmusik sind, sondern bereits im Einsatz sind», so Beutnagel.

Dank Virtual Reality lässt sich die Nationalparkregion schon bald «aus der Luft» erleben. ST/Nico Schaerer/123RF/Montage htr

Jenny Beutnagel (Interlake) «verkabelt» am WTFL eine Besucherin für eine «Rundfahrt» auf dem Vierwaldstättersee. Boris Baldinger

VR & Co am WTFL
Blick durch die Zukunftsbrille

Beim **6. World Tourism Forum Lucerne** am 2.–3. Mai 2019 standen die Themen Innovation, Disruption, Diversität und Humankapital im Mittelpunkt. Weitere Fokusse lagen auf Zukunftsthemen wie Virtual Reality, der digitalen Transformation, Blockchain sowie selbstfahrenden Autos.

wtflucerne.org

Weitere Infos und Bilder vom WTFL auf Seite 28

ANZEIGE

ANZEIGE