

## Virtual Reality im Personalmarketing von Stadlerail

Der Begriff „Virtual Reality“ und das Interesse an den Anwendungen sind in den letzten Jahren vor allem in der Industrie stark gewachsen. Unter dem Namen „Industrie 2025“ haben Schweizer Industrieverbände als Pendant zum deutschen Begriff „Industrie 4.0“ die Initiative zur Erhöhung der Produktivität, Flexibilität und Agilität des Schweizer Industriesektors ergriffen.

Die Firma Stadler Bussnang AG will durch den Einsatz dieser Technologie ihren Auftritt an Karrieremessen von Hochschulen und Universitäten verbessern und dadurch mehr junge, kompetente Mitarbeiter begeistern. In dieser Arbeit wurde als erstes eine Kundenanalyse gemacht. Es wurden Gründe evaluiert, weshalb zum Beispiel der Messeauftritt der Firma nicht besonders war oder weshalb das Unternehmen bei Messebesuchern nicht in Erinnerung blieb.

Resultiert hat ein Service im Bereich Virtual Reality, welches es möglich macht, die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Es wurde eine Panoramatour entlang der Wertschöpfungskette des hoch interessanten und komplexen Produktes erstellt. Ebenfalls wurde ein 3D-Viewer mit dem Firmenlogo designed, welcher als Giveaway an Messen verteilt werden kann. Dieses führt zu einem optimalen Erlebnis. Die ganze Arbeit hatte jedoch auch Kosten zur Folge. Das Budget wurde auf ca. 10'000 CHF festgelegt. Der Erfolg lässt sich bei solchen Investitionen nur sehr schwer messen, weil es sich vor allem um Emotionen handelt. Nichts desto trotz hat die Virtual-Reality-Technologie ein sehr grosses Potential und wird sich in den nächsten Jahren noch stark weiterentwickeln. Vor allem in der Industrie wie auch an Messen wird die Technologie vermehrt zum Einsatz kommen und bleibende Eindrücke hinterlassen.



Diplomand  
Nicola Guidon

Dozent  
Manuel Renold



Eine Person, die durch ein Google Cardboard einen virtuellen Inhalt konsumiert.