

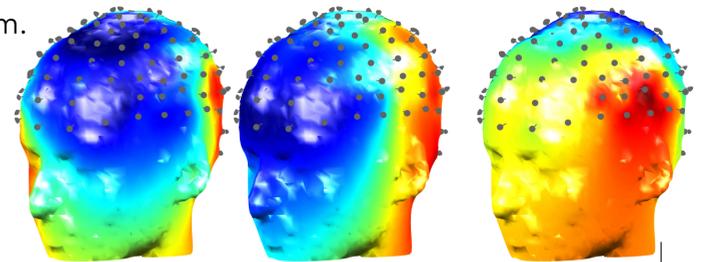
Forschungsfrage

Emotionale Erlebnisse können Teil unserer persönlichen Lebensgeschichte werden und damit auch Teil unseres Selbst. Einzigartige Erlebnisse, die in unser Selbst integriert werden, formen und prägen unser Verhalten, unsere Wünsche und zukünftigen Entscheidungen. Unter welchen Umständen werden emotionale Erlebnisse zu solchen persönlichen Erlebnissen und inwiefern sind diese Umstände beeinflussbar? In unserer Studie haben wir den Realitätsgrad (Realität, Virtual Reality und Video) einer Autofahrt variiert und die Auswirkungen auf die Einstufung als *gesehen* oder *erlebt* untersucht. Nur *erlebte* Ereignisse werden in den persönlichen Erfahrungsschatz und somit in das Selbst integriert. Ein Ereignis bloß *gesehen* zu haben reicht dafür nicht aus.



Ergebnisse

Unsere EEG-Ergebnisse zeigen, dass die virtuelle Fahrt wie eine reale Fahrt teil des persönlichen Erfahrungsschatzes geworden ist. Die Videofahrt sticht deutlich heraus, hier wurden nur die sensorischen Eindrücke gespeichert. Die Fahrt in der VR-Bedingung wurde am besten erinnert - sogar besser als bei einer realen Autofahrt. Die Videofahrt wurde vergleichsweise schlechter erinnert. Am positivsten wurde die reale Fahrt wahrgenommen, VR und Video unterscheiden sich kaum.



(1) | (2) | (3)
reale Fahrt | virtuelle Fahrt | Videofahrt

Methoden

Fünfundsiebzig Probanden haben an unserer Studie teilgenommen. Sie wurden gleichmäßig auf eine der drei Versuchsgruppen verteilt und fuhren als Beifahrer entweder (1) real, (2) virtuell mittels einer VR-Brille (HTC Vive) oder (3) sahen die Fahrt als herkömmliches Video. Nach 48 Stunden wurden sie wieder ins Labor



EEG: Beim EEG werden die Hirnströme von der Kopfoberfläche abgeleitet und graphisch dargestellt. Durch anschließende Analysen lässt sich anhand verschiedener Marker bestimmen, ob das Erlebnis in den persönlichen Erfahrungsschatz und somit ins Selbst integriert wurde.

gebeten und um Hinströme zu messen an ein Elektroenzephalogramm (EEG) angeschlossen. Auf einem Monitor wurden Ihnen dann Bilder der Fahrt und Bilder einer anderen Fahrt gezeigt. Die Bilder waren jeweils aus der Beifahrerperspektive aufgenommen. Die Probanden mussten sich nun erinnern und angeben, ob das Bilder Teil ihrer Fahrt war oder nicht.



Anwendung von VR

- VR stellt nicht nur eine eindrucksvolle, sondern auch eine effektive Methode dar, emotionale Erlebnisse kontrolliert und authentisch zu erzeugen. Eine Probefahrt in VR ermöglicht Kunden ein erstes und vor allem echtes Gefühl für ein Fahrzeug zu entwickeln. Diese umfassenden Eindrücke werden zu lebhaften Erinnerungen, also Teil des persönlichen Erfahrungsschatzes. Sie können somit ausschlaggebend für zukünftige Kaufentscheidungen sein.
- In Bezug auf gezielte PR-Strategien ist damit die Verwendung von VR empirisch betrachtet nicht nur nachhaltiger als der Einsatz von herkömmlichen Videos oder Fotos, sondern stellt auch eine ökonomische und rentable Alternative zu realen Probefahrten dar.
- Gegenüber einer realen Probefahrt bietet VR die Möglichkeit die Probefahrt unter kontrollierten Bedingungen stattfinden zu lassen, um einen bestimmten Eindruck zu erzeugen. Darüber hinaus lässt sich eine virtuelle Probefahrt entscheidend erweitern: So können zusätzliche Fahrzeuginformationen oder verkaufsfördernde Elemente über einen Sprecher, situative Einblendungen oder virtuelle MitfahrerInnen dem Kunden näher gebracht werden.
- VR eröffnet neue Wege der Kundenakquisition bzw. - Bindung. Durch die hohe Reichweite von z.B. im Internet zugänglichen gemachten VR-Inhalten ist es möglich, verschiedenste Fahrzeuge einem breiten Publikum einfach und frühzeitig zu präsentieren.