



I IAVAS
GROUP

METaverse
The new age of experience

EINE GLOBALE STUDIE

30 MÄRKTE

African Region • Argentina • Austria • Brazil • Canada • China • Colombia •
Czech Republic • Denmark • Finland • France • Germany • Greece • India • Ireland •
Italy • Japan • Mexico • Peru • Philippines • Poland • Portugal • Russia • Saudi Arabia •
Singapore • South Africa • Spain • United Arab Emirates • United Kingdom • United States

14.600 MENSCHEN

WER SIND PROSUMERS?

LAGGARDS

MAINSTREAM

20%-30%
PROSUMERS

INSTIGATORS

PROSUMER
ADOPTION

6-18
MONTHS

WIR HABEN ES IN DER GESCHÄFTS- WELT GESEHEN

\$800B

des Umsatzes wird bis 2024 im
Metaverse generiert
(Bloomberg).

\$10B

Spending von Meta für seinen
Geschäftsbereich Metaverse in
diesem Jahr.

\$8T

Investitionen chinesischer Tech-
Giganten in das Metaversum.

\$69B

Microsoft übernimmt
Activision Blizzard.

WIR HABEN ES IN DEN NACHRICHTEN GESEHEN

The New York Times
Everybody Into the Metaverse! Virtual Reality Beckons Big Tech.

EL PAÍS
Qué es el metaverso y cómo invertir en él

the japan times
'New world order': Asia's virtual influencers offer glimpse of metaverse future

ALJAZEERA
Facebook changes name to Meta to highlight virtual reality shift

Forbes
Can The Metaverse Provide Opportunities For Africa That Are Out Of This World?

FOLHA DE S.PAULO
The Metaverse Is Here

DIE POPKULTUR HAT ES BEKANNT GEMACHT



Die Science-Fiction-Popkultur hat uns darauf vorbereitet, technologische Innovationen anzunehmen.



GAMING & KINDER HELFEN BEI DER ADOPTION

57%
PROSUMERS

AT

41%
MAINSTREAM

Haben Sie oder Ihre Kinder in Metaversen / Gaming-Plattformen, wie z.B. Fortnite, Roblox, Minecraft oder Decentraland, gespielt oder soziale Beziehungen aufgebaut?

Gesamt			
74/48	80/40	76/45	91/52

45% der europäischen Gamer sind weiblich und

36% aller Gamer sind zwischen 25-44 Jahre alt.

35-44

Das Wachstum bei Gamern wurde im letzten Jahr vor allem von Frauen, Menschen im Alter von 35 bis 44 Jahren und Menschen, die sich als weniger technikaffin einschätzen, angekurbelt.



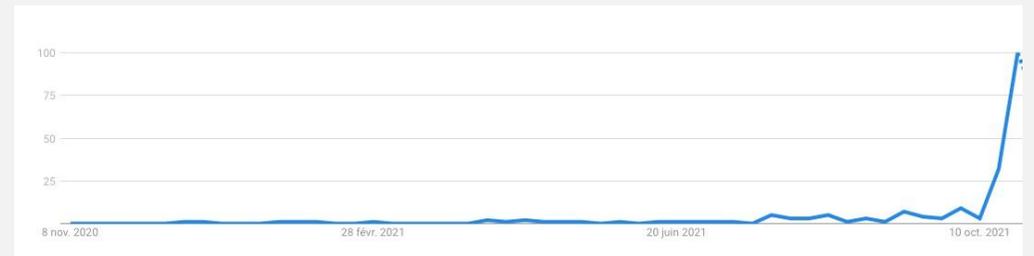
UND 6 MONATE SPÄTER...

DAS METAVERSE STEHT IM FOKUS ALLER KONVERSATIONEN

80%
PROSUMERS

AT

66%
MAINSTREAM



Haben Sie schon von Metaversen / Gaming-Plattformen, wie z.B. Fortnite, Roblox, Minecraft oder Decentraland, gehört?

Gesamt						
89/73	88/63	93/77	98/80	91/78	95/83	92/79

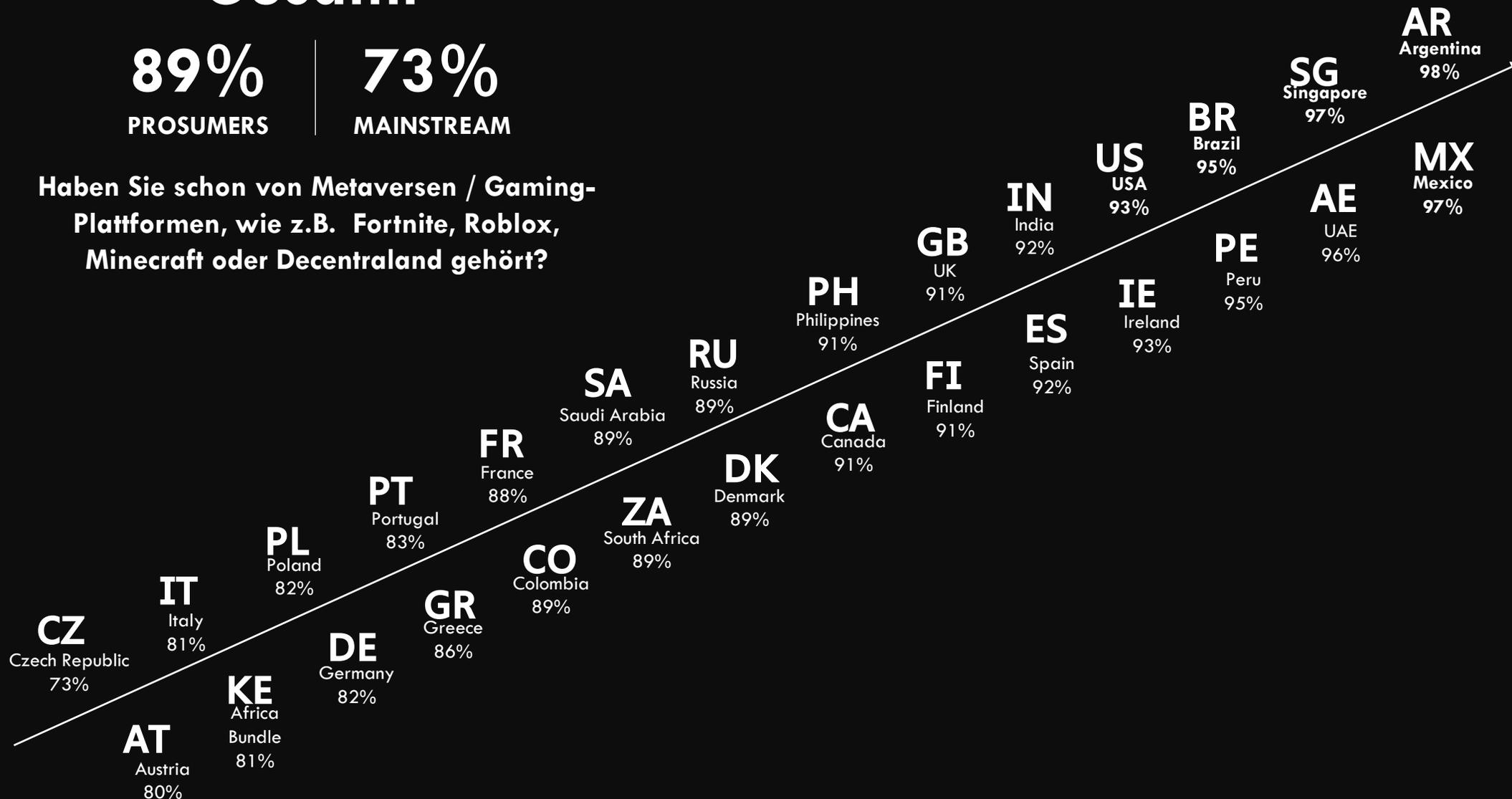


Gesamt

89%
PROSUMERS

73%
MAINSTREAM

Haben Sie schon von Metaversen / Gaming-Plattformen, wie z.B. Fortnite, Roblox, Minecraft oder Decentraland gehört?



VERGESSEN SIE VIRTUELL ODER DIGITAL... DIESE NEUE WELT **IST REAL**

AT

24%
PROSUMERS

18%
MAINSTREAM

Erfahrungen, die im Metaverse gemacht werden (z.B. Freundschaften schließen, digitales Konzert besuchen, digitale Party veranstalten), sind genauso real wie physische Erlebnisse.

Gesamt

61/37



66/31



45/22



95/74





**EINE NEUE WELT,
DIE BEREITS SPALTUNG ERZEUGT.**

WÜNSCHE VS. ÄNGSTE



Das Metaversum wird...
unseren Erfahrungshorizont erweitern.



Ich befürchte, dass das Eintauchen in das Metaverse
unseren Wunsch, die physische Welt zu erkunden,
zunichte machen wird.



EIN GENERATIONENKONFLIKT



Haben Sie schon von Metaversen / Gaming-Plattformen, wie z.B. Fortnite, Roblox, Minecraft oder Decentraland, gehört?

Gesamt

90/54



Micah Kulish
@after_the_brief

"Metaverse" will quickly become a 'boomer' term.

To Gen-Z, it is nothing new.

They've grown up hanging out in Minecraft, buying Fortnite skins, and forming their strongest friendships over digital platforms.

Why do they need a new term to define what is to them, just life?

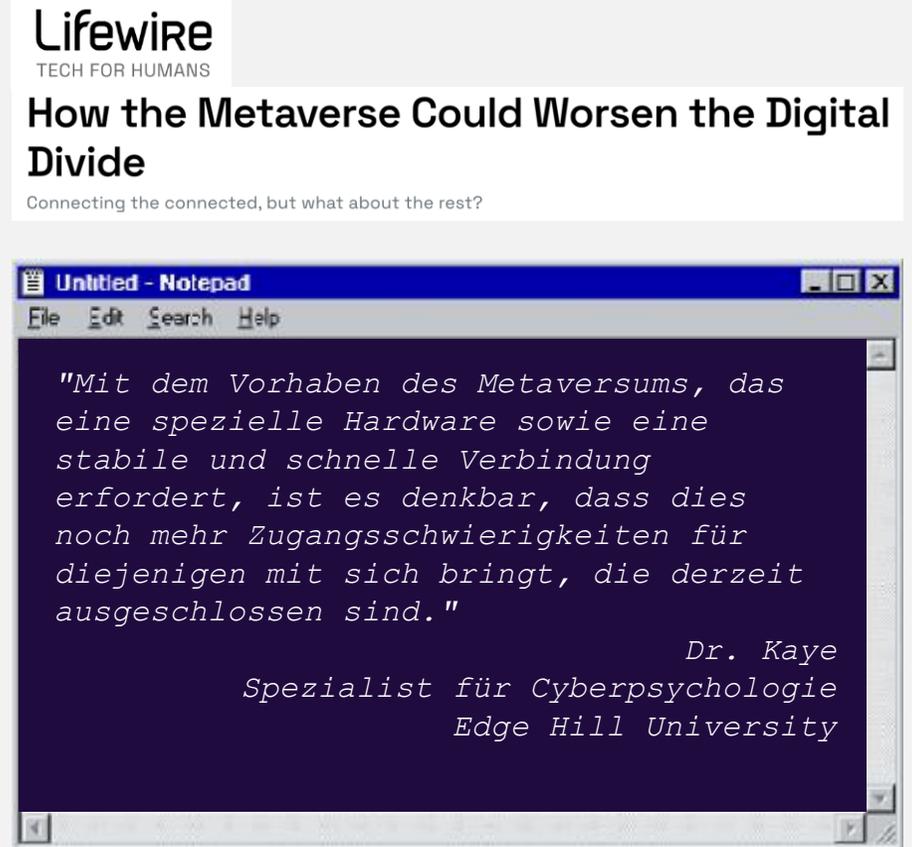
[Traduire le Tweet](#)

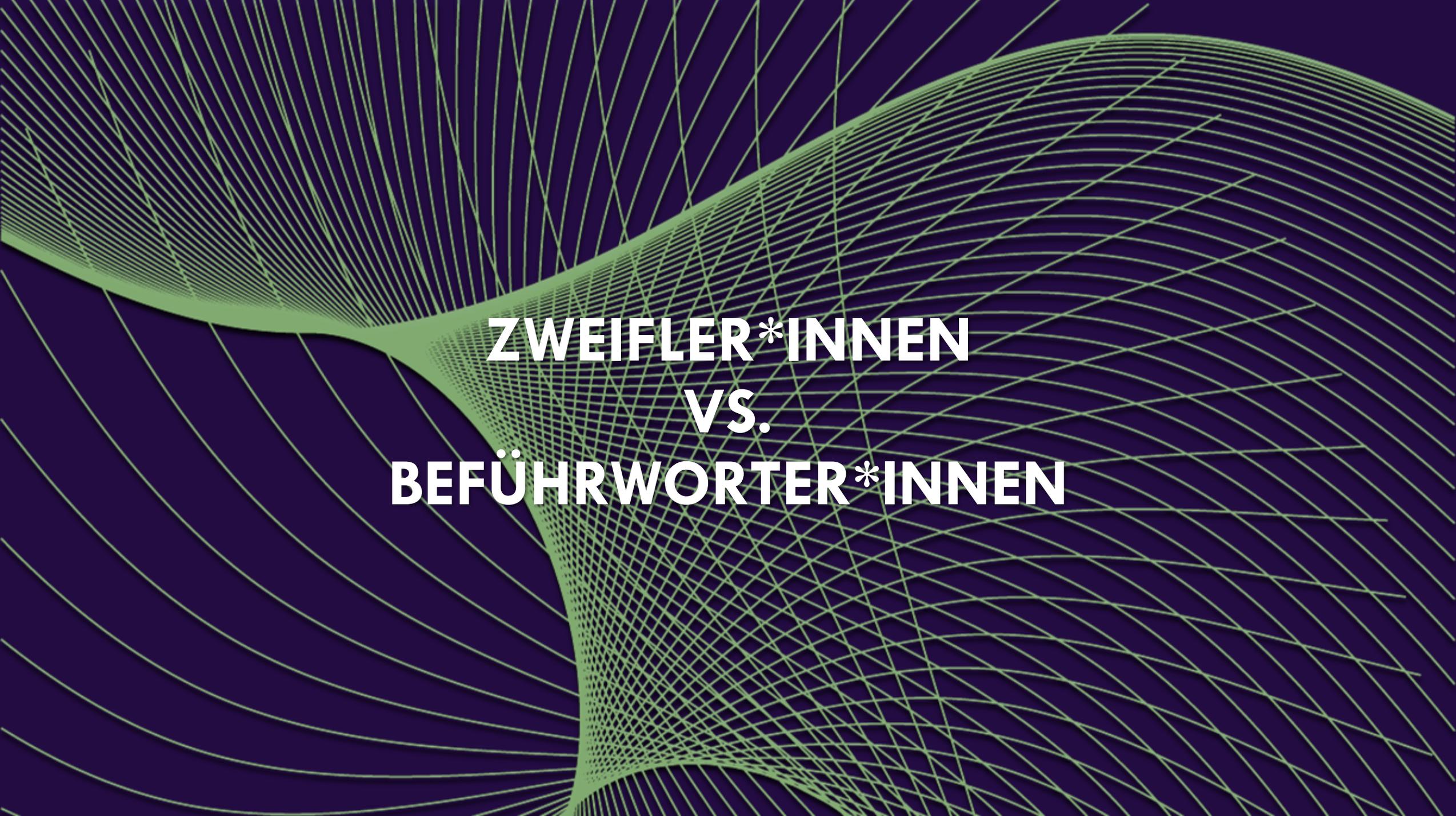
11:13 PM · 14 déc. 2021 · Twitter Web App

DIE META-ANGST IST BEREITS DA



Metaversen werden den Digital Divide zwischen denjenigen, die Zugang und Fähigkeiten haben, und denjenigen, die keinen Zugang haben, noch vergrößern.





ZWEIFLER*INNEN
VS.
BEFÜHRWORTER*INNEN

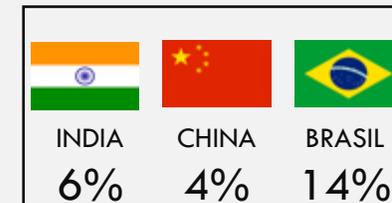
EINE “GEOPOLITISCHE” SPALTUNG

Ich glaube nicht, dass Metaversen / Gaming-Plattformen die Zukunft des Internets sind.

DIE ZWEIFLER*INNEN



DIE BEFÜHRWORTER*INNEN



FÜR BEIDE IST ES EINE ERWEITERUNG UNSERER WELT

49%
PROSUMERS

AT

41%
MAINSTREAM

Das Metaverse wird...
unseren Erfahrungshorizont erweitern.

Gesamt

73/49



73/44



75/46



74/51



56/40



87/65



83/71

VON



ZU



FÜR BEIDE IST ES EIN ORT ZUR BILDUNG



Was erwarten Sie am meisten von Metaverse und immersiven digitalen Erfahrungen? Neue Wege, um zu Lernen und Fähigkeiten zu erwerben.



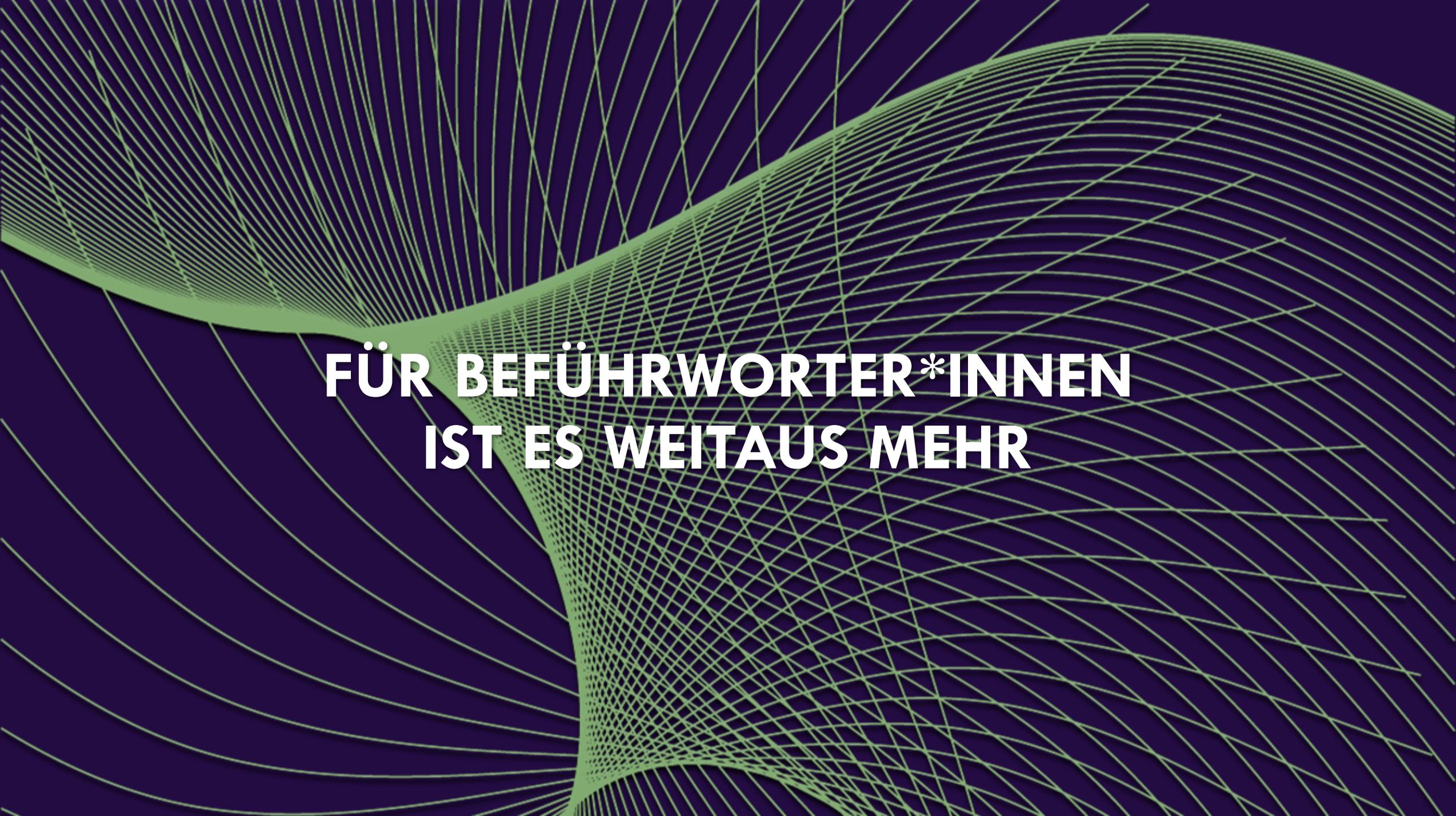
Bildung im Metaverse, von Meta.

FÜR ÖSTERREICHER*INNEN EIN ORT FÜR ENTERTAINMENT



Was erwarten Sie am meisten von Metaverse und immersiven digitalen Erfahrungen? Ein intensiveres Entertainment.





**FÜR BEFÜHRWORTER*INNEN
IST ES WEITAUS MEHR**

ES IST EIN ORT ZUM EXPERIMENTIEREN

AT

37%
PROSUMERS

22%
MAINSTREAM

Was erwarten Sie am meisten von Metaverse und immersiven digitalen Erlebnissen? Neue Möglichkeiten, Erfahrungen zu simulieren, bevor sie in der realen Welt stattfinden.

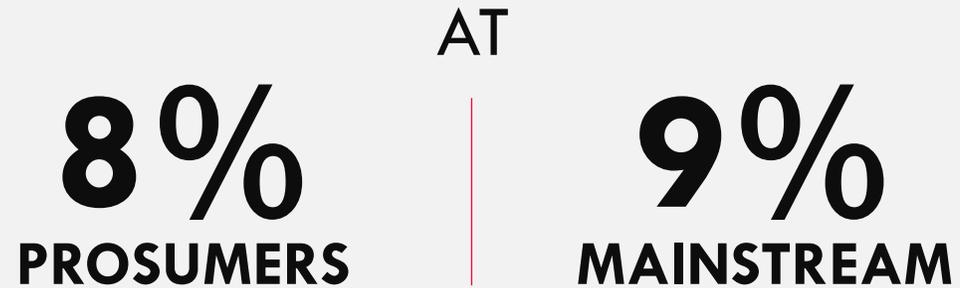
Gesamt 38/29

	
48/39	48/42

Hyundai Motor Vitalizes Future Mobility in Roblox Metaverse Space, Hyundai Mobility Adventure



**ORT,
AN DEM MAN
ANERKENNUNG
ERHÄLT**



Ich verbringe gerne Zeit im Metaverse / auf Gaming-Plattformen, weil ich dort die Anerkennung bekomme, die ich im wirklichen Leben nicht bekomme.



BEFÜHRWORTER*INNEN SIND BEREIT VOLLGAS ZU GEBEN

20%
PROSUMERS

AT

15%
MAINSTREAM

Ich wäre bereit, mehrere Stunden am Tag ein Virtual-Reality-Headset zu tragen, um die Möglichkeiten des Metaversums voll auszuschöpfen.

Gesamt

62/34



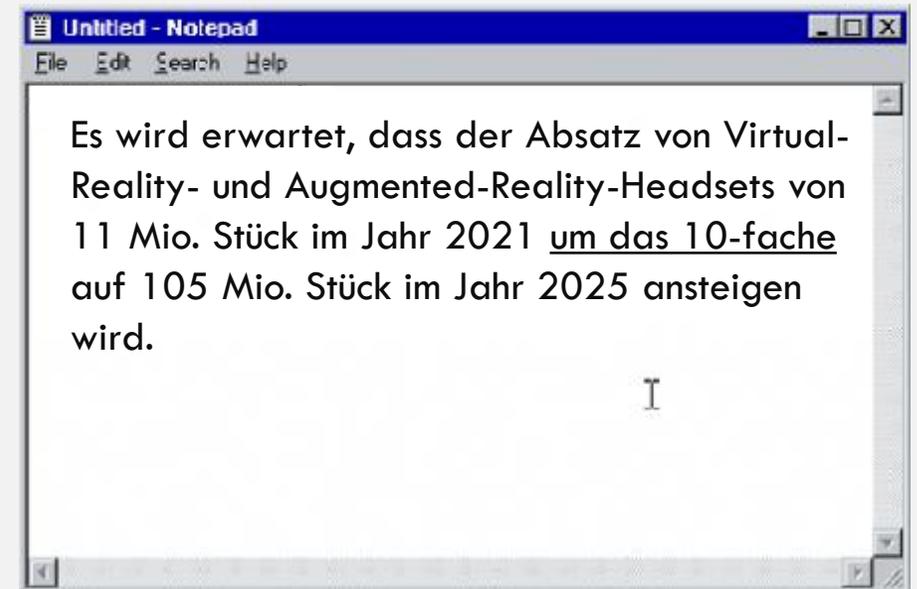
55/20



86/73

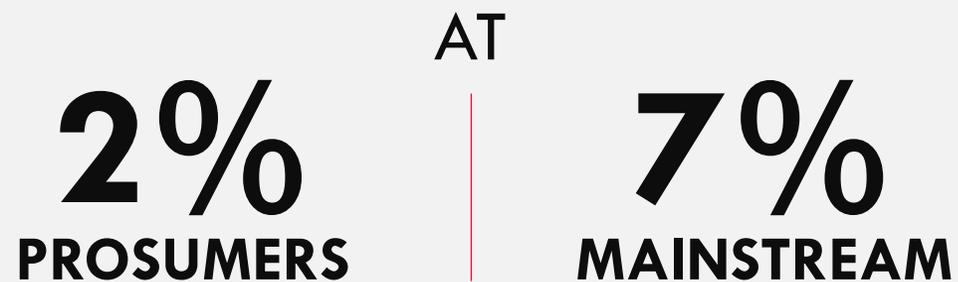


82/63

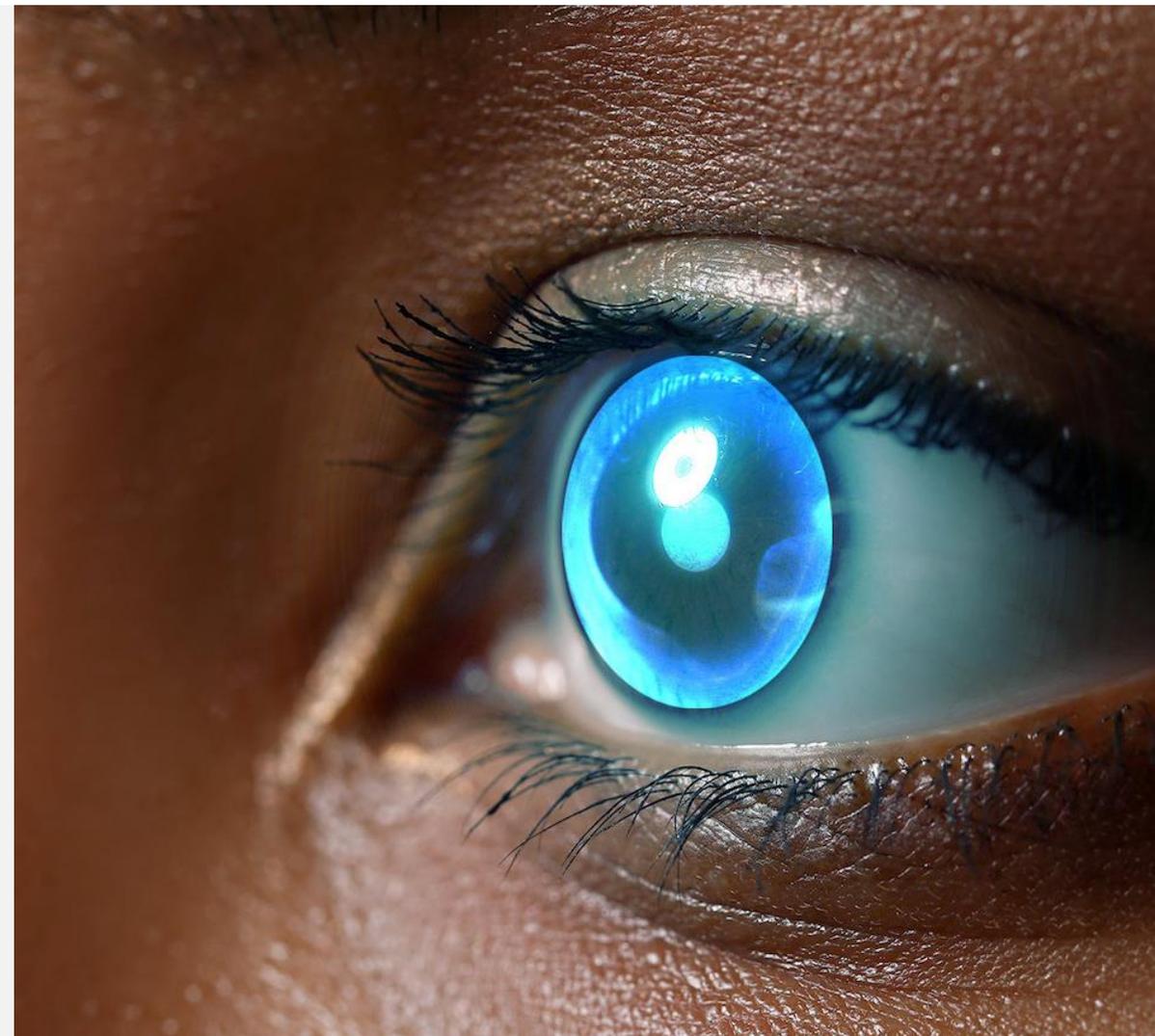
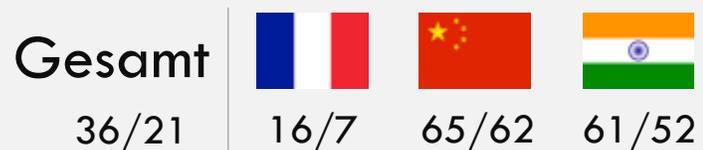


Quelle: Counterpoint research

UND DIESE NEUE WELT MIT ERWEITERTEN AUGEN ZU SEHEN



Ich wäre bereit, mir eine Linse ins Auge einzusetzen, damit ich alle Möglichkeiten des Metaversums nutzen kann.



**JE MEHR MAN
DARAN GLAUBT,
DESTO GRÖßER
IST DIE ANGST,
IM ABSEITS ZU
STEHEN.**



Ich habe Angst, von Metaversen ausgeschlossen zu werden, weil ich keine digitalen Fähigkeiten habe.





**EIN ORT FÜR MEHR
ENTERTAINMENT**

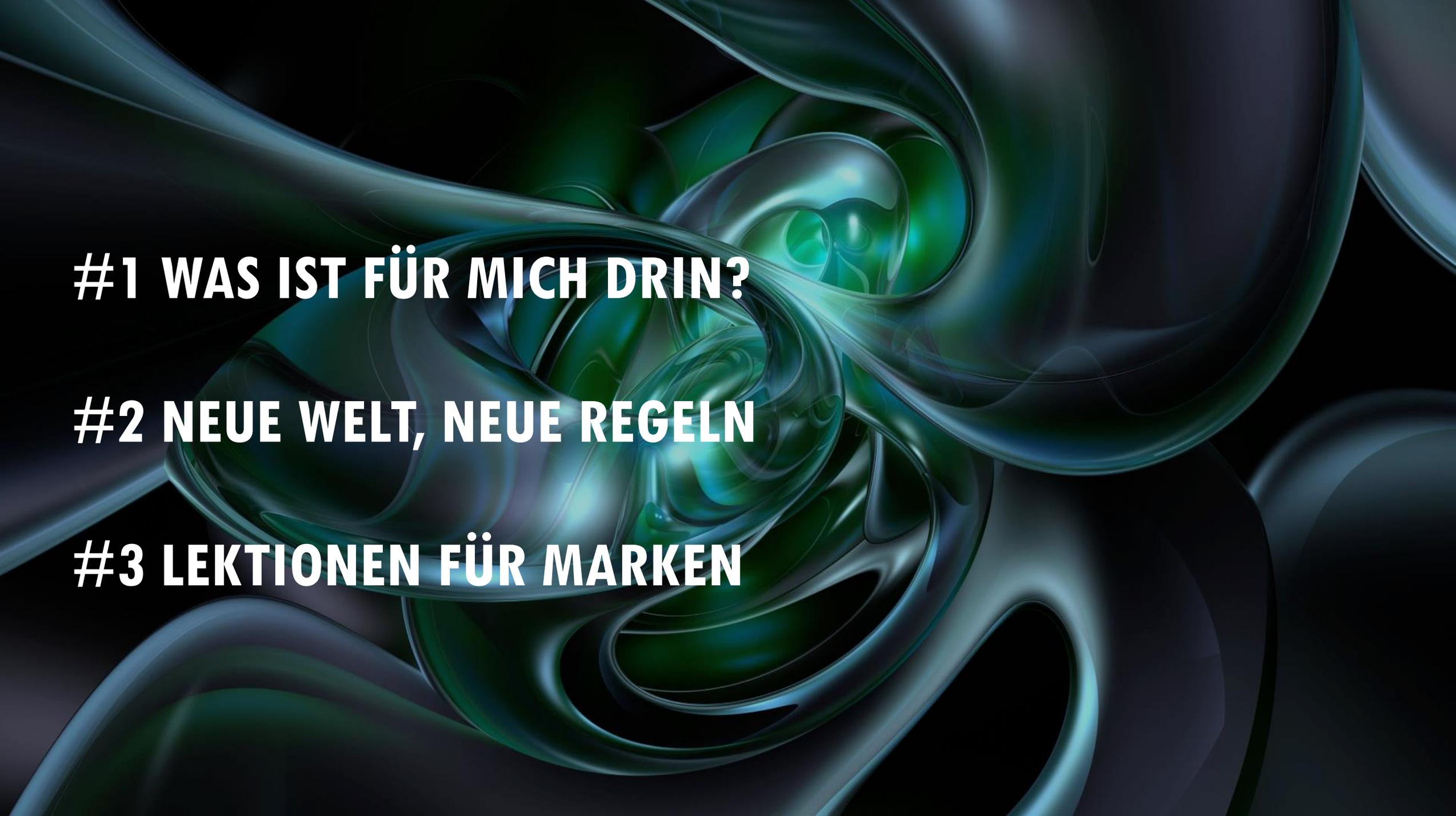


**EINE GANZ NEUE WELT MIT
UNENDLICHEN
MÖGLICHKEITEN**



**UNBEGRENZTE GESCHÄFTS-
OPTIONEN**

**JENSEITS DES HYPES IST ES AN DER ZEIT, EINE
LEISTUNGSFÄHIGE UND KONSISTENTE METAVERSE-
STRATEGIE ZU ENTWICKELN.**



#1 WAS IST FÜR MICH DRIN?

#2 NEUE WELT, NEUE REGELN

#3 LEKTIONEN FÜR MARKEN



#1 WAS IST FÜR MICH DRIN?

#2 NEUE WELT, NEUE REGELN

#3 LEKTIONEN FÜR MARKEN



I

**EIN ORT FÜR
SOZIALE
BEZIEHUNGEN**

II

**EIN ORT ZUM
LERNEN FÜR
KINDER**

III

**EIN ORT ZUR
ENTDECKUNG VON
IDENTITÄTEN**

IV

**EIN ORT ZUM
ARBEITEN**

I

**EIN ORT FÜR
SOZIALE
BEZIEHUNGEN**

II

**EIN ORT ZUM
LERNEN FÜR
KINDER**

III

**EIN ORT ZUR
ENTDECKUNG VON
IDENTITÄTEN**

IV

**EIN ORT ZUM
ARBEITEN**

DAS METAVERSUM IST DIE NEUE SHOPPING MALL

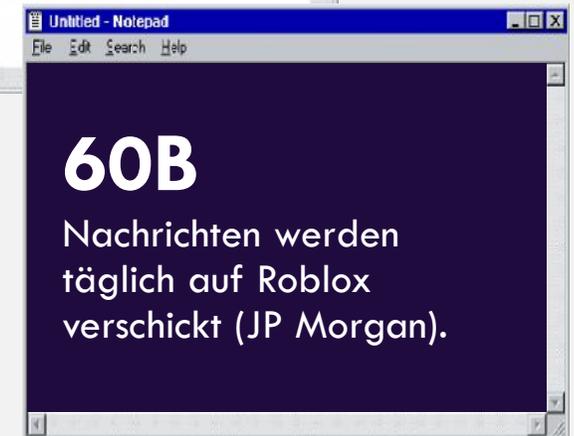
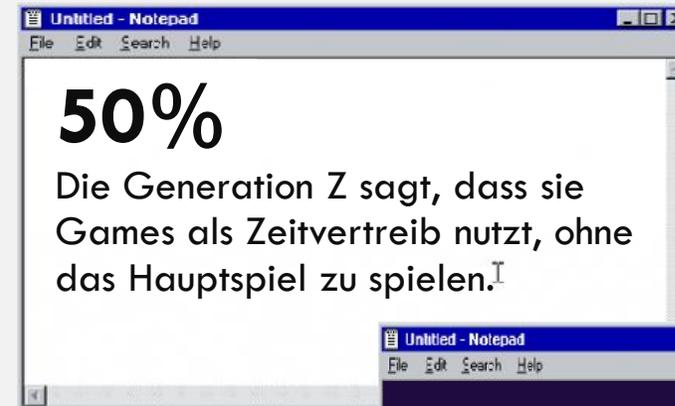
29%
PROSUMERS

AT

23%
MAINSTREAM

Ich verbringe gerne Zeit im Metaverse / auf Gaming-Plattformen, weil sie mir die Möglichkeit geben, online mit meinen Freunden aus dem „realen Leben“ in Kontakt zu treten.

Gesamt
49/28



ES IST AUCH EIN ORT, UM NEUE KONTAKTE ZU KNÜPFEN

AT

53%
PROSUMERS

43%
MAINSTREAM

Ich habe mich während dieser Pandemie einsamer gefühlt als je zuvor.

Gesamt
64/60



37%
PROSUMERS

20%
MAINSTREAM

Ich verbringe gerne Zeit im Metaverse / auf Gaming-Plattformen, weil ich dort neue Leute kennenlernen.

Gesamt
60/35

I

EIN ORT FÜR
SOZIALE
BEZIEHUNGEN

II

EIN ORT ZUM
LERNEN FÜR
KINDER

III

EIN ORT ZUR
ENTDECKUNG VON
IDENTITÄTEN

IV

EIN ORT ZUM
ARBEITEN

GROßE SPANNUNG FÜR KINDER

**Ein Ort zum
neue Fähigkeiten zu
erwerben.**



**Ein unerforschtes Gebiet,
das beängstigend sein
kann.**

GROßE SPANNUNG FÜR KINDER

**Ein Ort zum
neue Fähigkeiten zu
erwerben.**



**Ein unerforschtes Gebiet,
das beängstigend sein
kann.**

EIN ORT ZUM ERWERB NEUER FÄHIGKEITEN

45%
PROSUMERS

AT

29%
MAINSTREAM

Ich denke, dass soziale Kontakte im Metaverse/auf Gaming-Plattformen gut für Kinder sind, weil sie neue Dinge lernen und neue Fähigkeiten erwerben können.

Gesamt			
65/47	41/31	60/44	62/54



EIN SPIELPLATZ FÜR UNBEGRENZTE KREATIVITÄT

43%
PROSUMERS

AT

25%
MAINSTREAM

Ich denke, dass soziale Kontakte im Metaverse /
auf Spielplattformen gut für Kinder sind, weil
sie ihre Kreativität entwickeln können.

Gesamt

68/46



64/37



68/44



66/49



EIN ORT DER ZUSAMMENARBEIT



Ich denke, dass soziale Kontakte im Metaverse / auf Gaming-Plattformen gut für Kinder sind, weil sie mit anderen Menschen zusammenarbeiten können.



GROÙE SPANNUNG FÜR KINDER

Ein Ort zum
neue Fähigkeiten zu
erwerben.



Ein unerforschtes Gebiet,
das beängstigend sein
kann.

DIE ANGST VOR DER ABHÄNGIGKEIT



Ich befürchte, dass Kinder zu viel Zeit im Metaverse / auf Gaming-Plattformen verbringen, weil sie süchtig nach ihren Screens werden.

Gesamt

54/61



59/63



50/63



53/38



REALER STOFF, REALE GEFAHR

45%
PROSUMERS

AT

45%
MAINSTREAM

Ich befürchte, dass Kinder zu viel Zeit im Metaverse /auf Spielplattformen verbringen, weil sie dort echten Gefahren ausgesetzt sein könnten (**Erpressung, Belästigung, Missbrauch**).

Gesamt

46/47



I

EIN ORT FÜR
SOZIALE
BEZIEHUNGEN

II

EIN ORT ZUM
LERNEN FÜR
KINDER

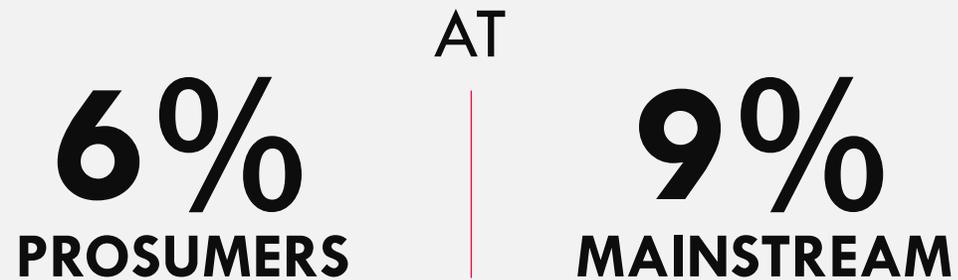
III

EIN ORT ZUR
ENTDECKUNG VON
IDENTITÄTEN

IV

EIN ORT ZUM
ARBEITEN

WIR WOLLEN UNS NICHT HINTER UNSEREN AVATAREN VERSTECKEN



Ich genieße es, in Metaversen Kontakte zu knüpfen,
weil ich dort meine wahre Identität verbergen kann.



WIR WOLLEN UNS SELBST TREU BLEIBEN

33%
PROSUMERS

AT

22%
MAINSTREAM

Ich genieße es, in Metaversen Kontakte zu knüpfen,
weil ich dort mein wahres Ich zeigen kann.

Gesamt

55/36



49/24



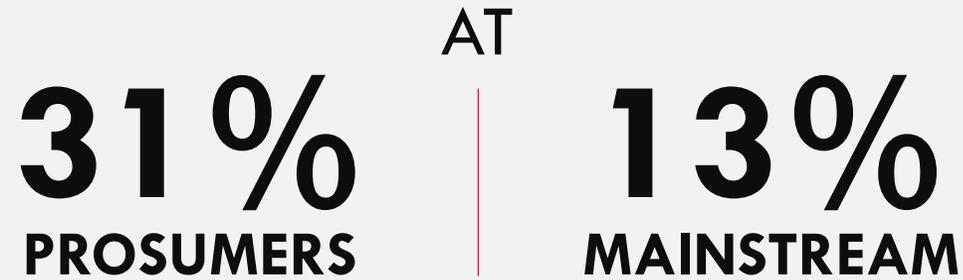
65/35



59/51



UNSERE AVATARE SIND EINE QUELLE DER NEUERFINDUNG



Ich genieße es, in Metaversen Kontakte zu knüpfen,
weil ich eine neue Identität erfinden kann.

Gesamt						
55/36	50/22	49/27	58/48	47/25	51/33	77/48



SCHAFFUNG EINES INKLUSIVEN ORTES

57%
PROSUMERS

AT

33%
MAINSTREAM

Metaversen sind inklusiver (in Bezug auf Rassen, Geschlechter, Identitäten usw.) als reale Räume.

Gesamt

73/54



49/50



71/50



98/83



**SCHAFFUNG
EINES
INKLUSIVEN
ORTES**

**NON-FUNGIBLE
PEOPLE**



#1 WAS IST FÜR MICH DRIN?

#2 NEUE WELT, NEUE REGELN

#3 LEKTIONEN FÜR MARKEN



**WER REGIERT
DAS METAVERSE**

**UNBEGRENZTES
SHOPPING**



**WER REGIERT
DAS METAVERSE**

**UNBEGRENZTES
SHOPPING**

DIE UTOPIE VON WEB3

PERSISTENTE WELTEN

X

BLOCKCHAIN

X

KRYPTO-WÄHRUNGEN

=

DEZENTRALISIERTE
WELT

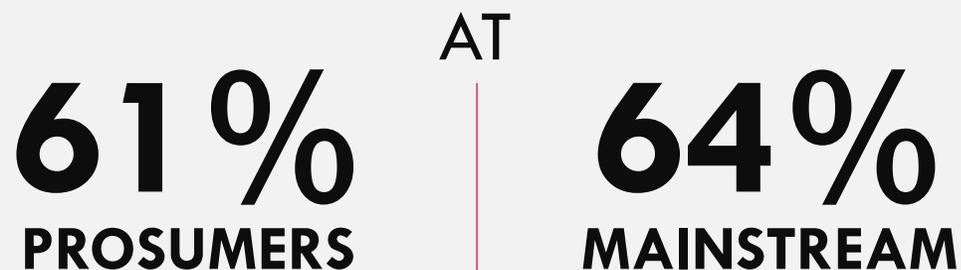
MONETARISIERTE
WELT

INTEROPERABLE
WELT



WIRD DIE ZUKUNFT DEM TRAUM GERECHT WERDEN?

WIR HOFFEN, DASS DIE MENSCHEN DIE MACHT HABEN WERDEN



Metaversen sollten öffentliches
Gemeineigentum sein.

Gesamt

43/42



27/33



33/32



46/37



46/40

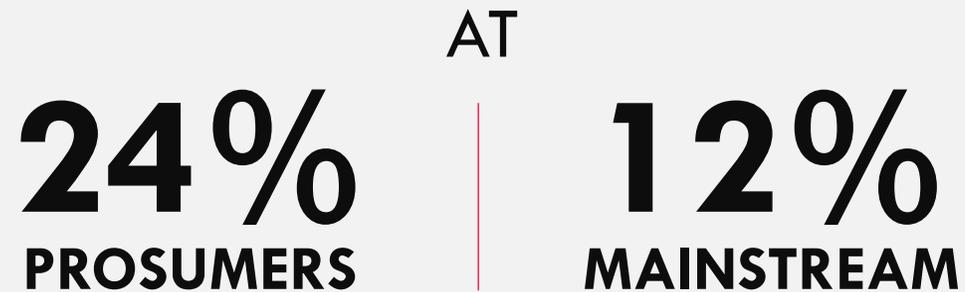


Metaversen sollten öffentliches
Gemeineigentum sein.

Gesamt

50/32

**ABER WIR
BEFÜRCHTEN,
DASS DIE ALTEN
HERRSCHER DIE
KONTROLLE**



Ich befürchte, dass die Zukunft des Metaversums in den Händen privater Unternehmen wie Facebook (jetzt bekannt als Meta) liegt.



**EINIGE
WERDEN
STAATLICHE
KONTROLLE
FORDERN**



Metaversen sollten von staatlichen
Organen geregelt werden.



REGIERUNGEN KÖNNTEN ALS "WATCHDOGS" FUNGIEREN



Ich halte es für eine gute Sache, wenn Regierungen die Zeit, die man im Metaverse verbringt, begrenzen.



REGULIERUNG REALER KRIMINALITÄT



Kriminelles Verhalten sollte im Metaverse genauso geregelt/bestraft werden wie im wirklichen Leben.

Gesamt

72/66



70/66



66/55



89/74



**WER REGIERT
DAS METAVERSE**

**UNBEGRENZTES
SHOPPING**



**WENN DAS METAVERSE REAL WIRD,
DANN KANN ICH *GANZ GROßES GELD* MACHEN.**

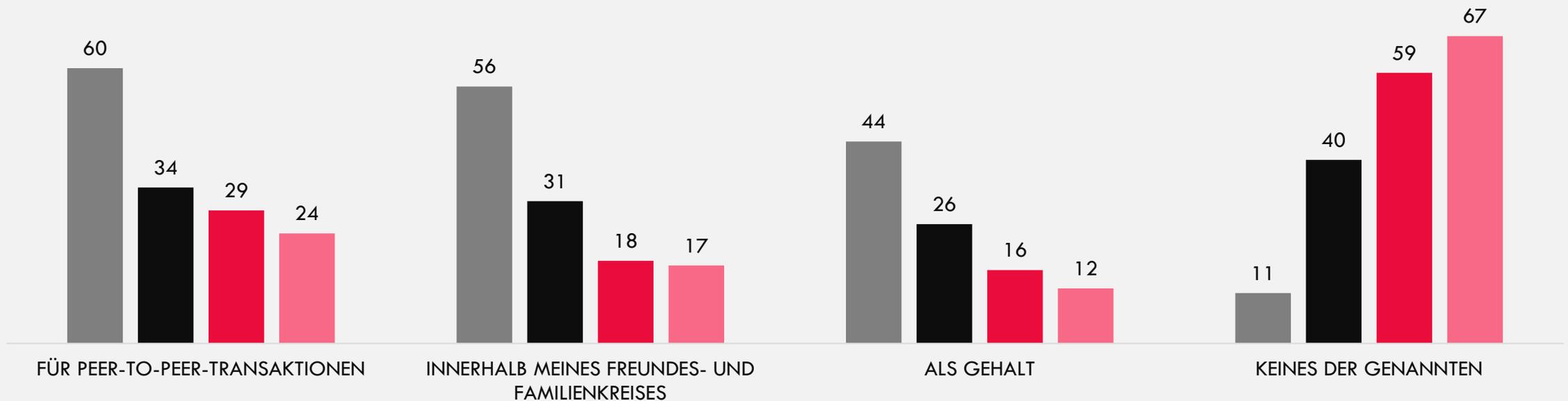
\$54B

Die Ausgaben für virtuelle Güter sind jedes Jahr fast doppelt so hoch wie die Ausgaben für Musik (JP Morgan).

KRYPTOWÄHRUNGEN WERDEN ZUM MAINSTREAM

IN ZUKUNFT WÜRD E ICH AKZEPTIEREN, IN KRYPTOWÄHRUNG BEZAHLT ZU WERDEN

■ Prosumer ■ Mainstream ■ Prosumer Austria ■ Mainstream Austria



ENTERTAINMENT WIRD VIRTUELL



Ich wäre bereit, mein Geld für den Kauf eines Tickets für ein digitales Konzert oder Event auszugeben.

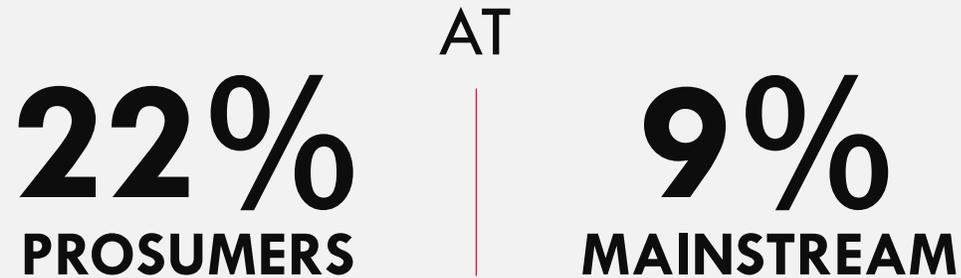
Gesamt
61/37

The Sandbox and Warner Music Group to create music-themed LAND

The subsidiary of Animoca Brands and the global music company open their doors to a new arena for musical entertainment in the metaverse.



VERKAUF DES META-SUNSETS



Ich wäre bereit, mein Geld für digitalen Besitz auszugeben (z.B. für ein Grundstück oder ein Haus im Metaversum).

Gesamt

43/22

12K\$

Der durchschnittliche Preis für ein virtuelles Grundstück hat sich 2021 innerhalb von 6 Monaten verdoppelt.

318M\$

Die Summe, die Menschen bereits für virtuelle Immobilien ausgegeben haben.

VON DIREKT ZUM KONSUMENTEN ZU **DIREKT ZUM AVATAR**

20%
PROSUMERS

AT

15%
MAINSTREAM

Ich wäre bereit, mein Geld für digitale Kleidung auszugeben, um meinen Avatar einzukleiden.

Gesamt
39/18



3.1M\$

digitale Sneaker werden in
7 Minuten verkauft.

NFTS SIND AUF DEM INVESTITIONSHYPE

41%
PROSUMERS

AT

24%
MAINSTREAM

Ich weiß nicht, wie nicht-fungible Token (NFTs) und Kryptowährungen funktionieren, aber sie scheinen eine gute Investition zu sein.

Gesamt			
48/43	43/40	47/32	69/75

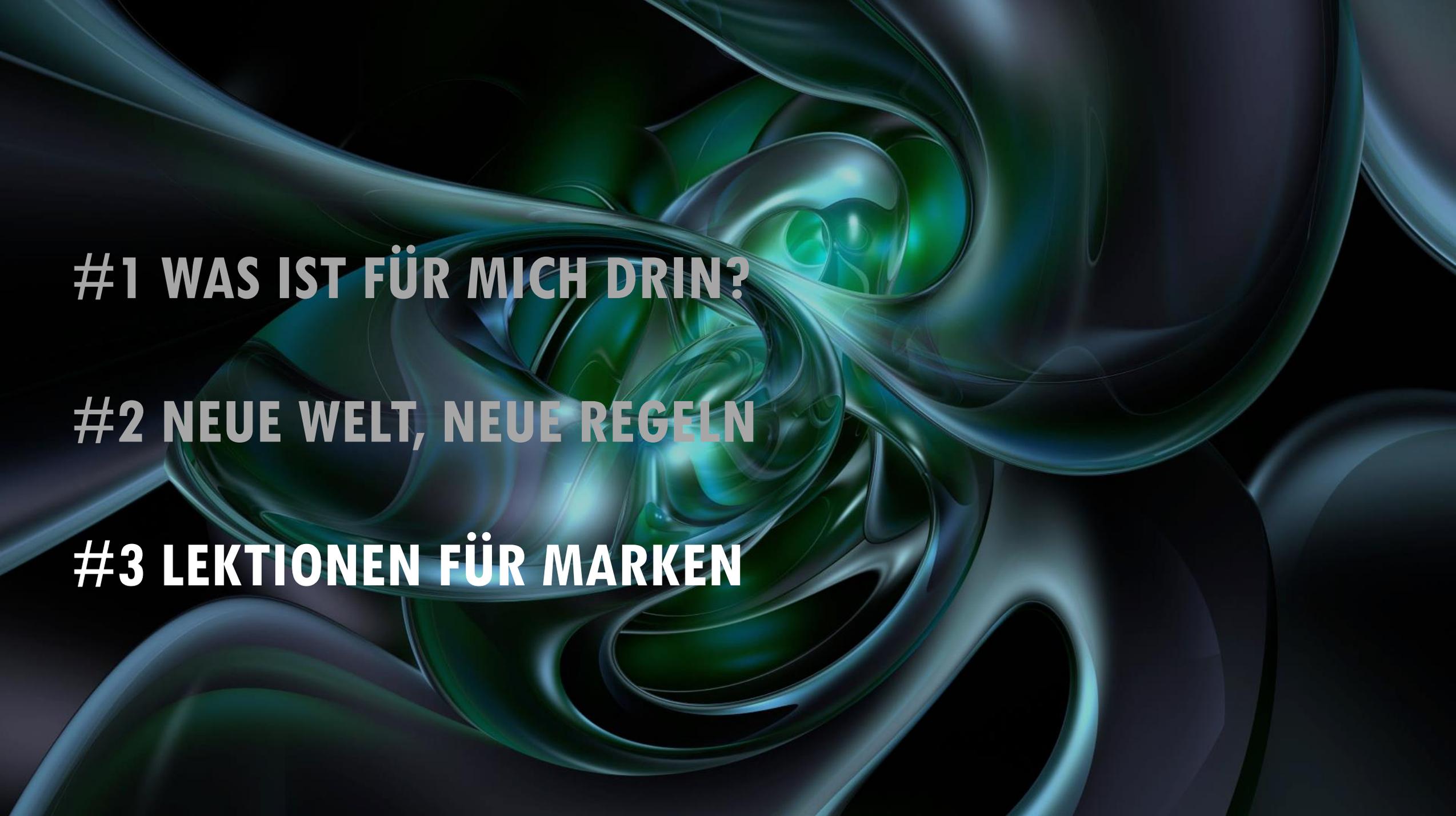


JEDER MÖCHTE EIN KUNSTKÄUFER SEIN



Wären Sie bereit, weniger als 1.000\$ für digitale Kunst (ein Kunstwerk, das nur im Internet existiert) zu bezahlen?





#1 WAS IST FÜR MICH DRIN?

#2 NEUE WELT, NEUE REGELN

#3 LEKTIONEN FÜR MARKEN



#1. MEHRWERT FÜR DIE ERFAHRUNG DU BIST NUR EIN TEIL DER COMMUNITY

COMMUNITY
METAVERSE

Make it pe

sunglass

U.S. POLO ASSN.
SINCE 1890

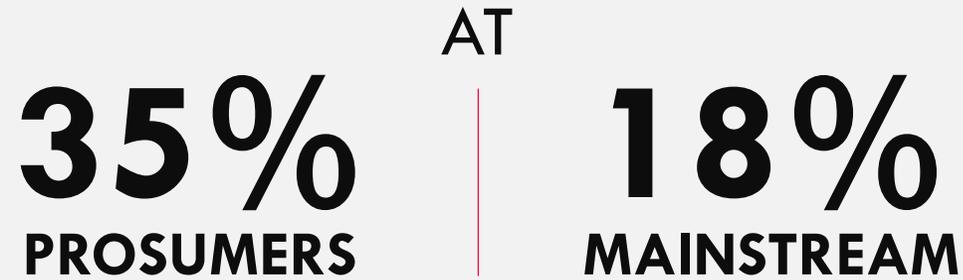
FOREVER 21

Disney

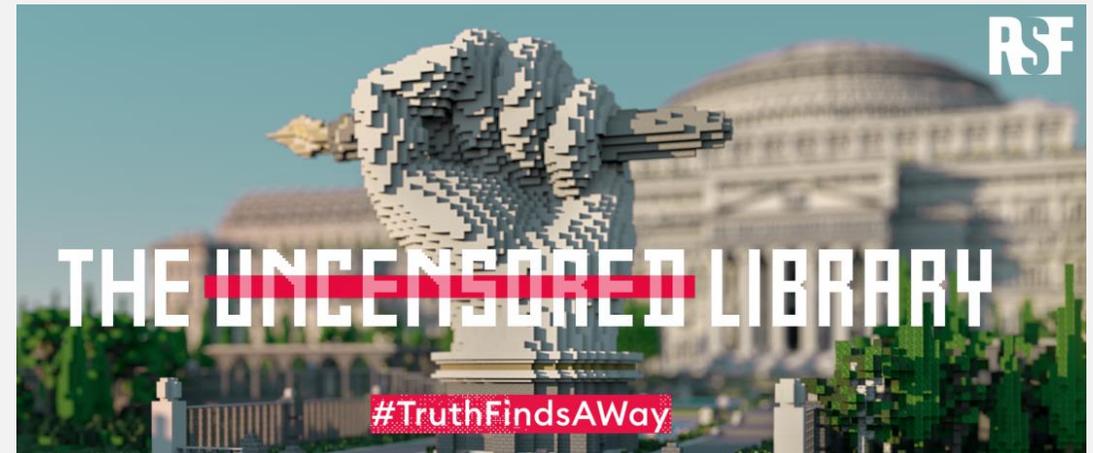
HERONNO

ipole

DURCH DIE ERSTELLUNG EXKLUSIVER INHALTE



Ich denke, dass Marken im Metaverse / auf Gaming-Plattformen einen Mehrwert schaffen können, indem sie exklusive Inhalte erstellen.



DURCH DEN VERKAUF EXKLUSIVER PRODUKTE

39%
PROSUMERS

AT

24%
MAINSTREAM

Ich denke, Marken können im Metaverse / auf Gaming-Plattformen einen Mehrwert schaffen, indem sie exklusive Gegenstände/Produkte verkaufen, die nur dort erhältlich sind.

Gesamt			
40/25	36/18	53/21	44/38

How Adidas Made \$23 Million From Its First NFT Drop

Adidas has hopped on the metaverse bandwagon in style with its first NFT drop, raking in over \$23 million in profits. Here's what this is all about.



MARKEN KÖNNTEN ZU ANBIETERN MIT "VERLÄNGERTER LEBENSDAUER" WERDEN



Ich denke, dass Marken im Metaverse / auf Gaming-Plattformen einen Mehrwert schaffen können, indem sie die Gamelänge erweitern.

Gesamt

38/22



BALENCIAGA

#2. BEZIEHUNGEN NEU ERFINDEN



ERWEITERTE REALITÄT, ERWEITERTE LOYALITÄT

84%
PROSUMERS

AT

94%
MAINSTREAM

Ich denke, Marken können im Metaverse / auf Gaming-Plattformen einen Mehrwert schaffen, indem sie mein Engagement belohnen.

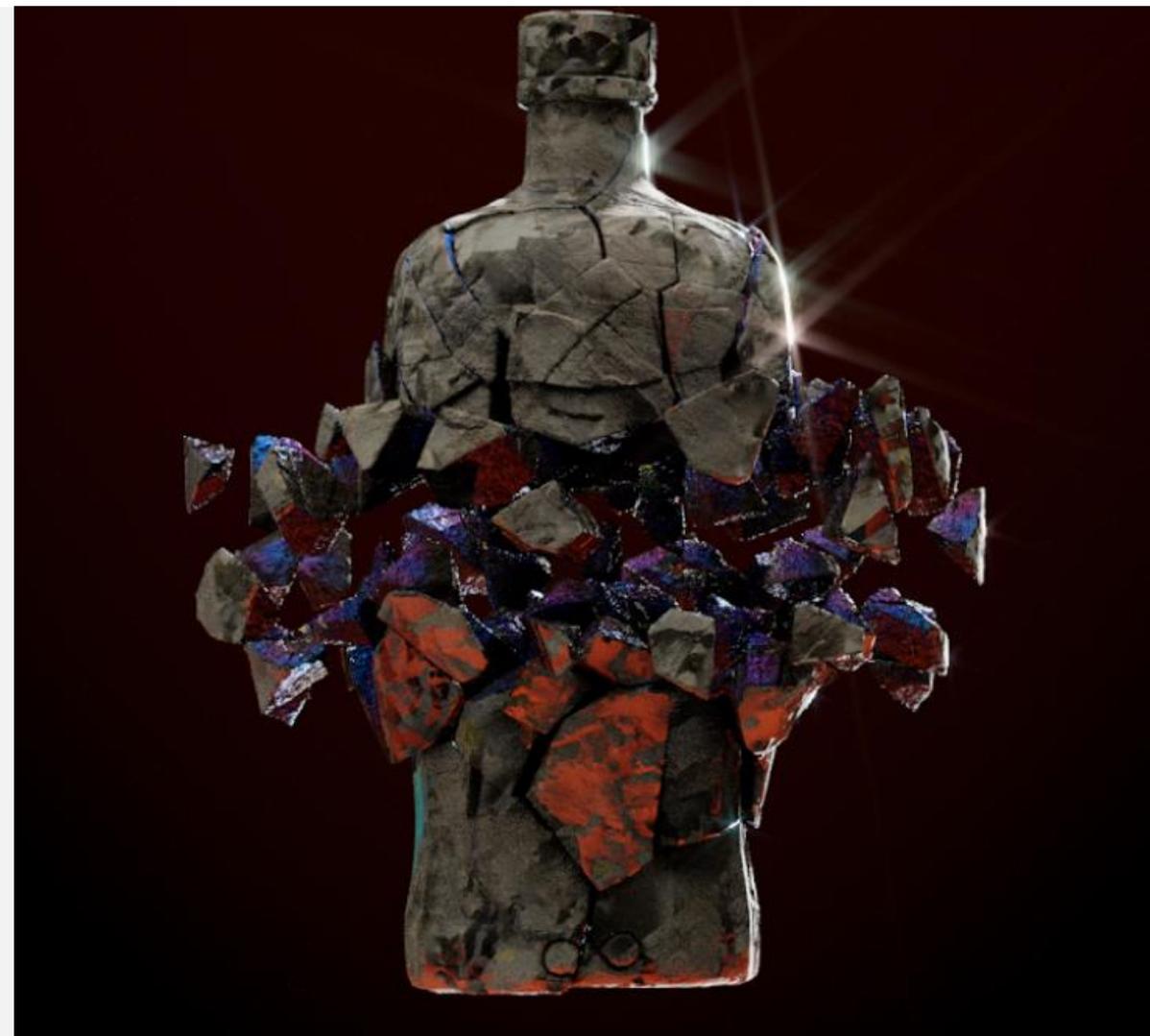
Gesamt						
52/35	47/26	55/29	48/39	52/36	64/43	68/49



ENTWICKLUNG EINER BEZIEHUNG DES GEBENS UND NEHMENS



Ich denke, Marken können im Metaverse / auf Gaming-Plattformen einen Mehrwert schaffen, indem sie meine Leistungen mit echtem Geld oder kostenlosen Produkten belohnen.



NFTS KÖNNTEN ZUR ZUKUNFT DER KUNDENBEZIEHUNGEN WERDEN

41%
PROSUMERS

AT

24%
MAINSTREAM

Ich möchte, dass Marken meine Loyalität belohnen, indem sie mir non-fungible Token geben, die einen Anteil an ihrem Unternehmen darstellen.

Gesamt

80/54



81/45



77/40



94/80



80/40



89/71



94/82



IN A NUTSHELL

1. **Werden die Bedürfnisse die Ängste überwiegen?**
2. **Wie werden wir die Generationsunterschiede und die geopolitische Spaltung überwinden?**
3. **Wie werden wir über Entertainment hinausgehen und neue Fähigkeiten wie Bildung, Kreativität, Aufbau neuer Dinge und Zusammenarbeit erwerben?**
4. **Eine Welt des großen Geldes, die nach Regulierung verlangt.**
5. **Es ist eine dezentralisierte und monetarisierte Welt, in der Marken eingeladen sind, mitzuspielen, aber sie müssen bestimmte Regeln befolgen**

3 FRAGEN, UM EINE LANGFRISTIGE WELT ZU ERMÖGLICHEN



FRAGE NACH
SENSORIK

FRAGE NACH
NACHHALTIGKEIT

FRAGE NACH
GRENZEN

FRAGE NACH SENSORIK



Ich werde mehr Zeit im Metaverse verbringen,
sobald es vollständig mit meinen Sinnen (Geruch,
Berührung, Sehkraft, Geschmack) verbunden ist.

Gesamt

63/35

FRAGE NACH NACHHALTIG- KEIT



Ich fürchte, das Metaverse wird ökologische Kosten verursachen, die wir uns nicht leisten können.

Gesamt

29/50

FRAGE NACH GRENZEN



Ich befürchte, dass die Grenzen zwischen dem Metaverse und der realen Welt zu sehr verschwimmen werden.

Gesamt

52/61



I IAVAS
GROUP

METaverse
The new age of experience