

BESICHTIGUNG MIT DER ACHTERBAHN

► VR-BRILLE MIT SIMULATOR

Vor fünf Jahren ging ein Video auf YouTube viral. Das Werbevideo einer Immobilienfirma zeigt eine aus Holz gebaute Achterbahn im niederländischen Ermelo. Die Fahrt mit diesem Rollercoaster führt die Besucher durch den Garten, die Garage und die Wohnräume eines zum Verkauf stehenden Einfamilienhauses. Darüber ob es die Achterbahn wirklich gab oder ob nur einzelne Abschnitte davon gebaut und geschickt zusammengeschnitten wurden, scheiden sich die Geister. Die Inhaber von Designraum aus Winterthur liess der Film jedenfalls nicht mehr los. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Produktion von Visualisierungen und Animationen für Architekten, Immobilienfirmen und Hersteller von Produkten. «Wir fanden die Idee der Achterbahnfahrt durch ein Gebäude cool und wollten so etwas einmal komplett virtuell realisieren», sagt Christian Hungerbühler, Mitinhaber von Designraum.

Die Interessenten für eine Wohnung sollten mit einer VR-Brille in einem Simulator sitzend ihre künftigen vier Wände und deren Umgebung auf einer Achterbahnfahrt erleben. «Ein solcher VR-Rollercoaster

Mit der Kombination aus Rollercoaster, Simulator und VR-Brille lassen sich Immobilien auf neue Art erleben.

(BILDER: ZVG)



“
DIE VR-TECHNOLOGIE MUSS EINFACH UND ÜBERRASCHEND ZUGLEICH SEIN.

CHRISTIAN HUNGERBÜHLER, MITINHABER VON DESIGNAUM

Die künftigen Mieter der Wohnungen «Im Guss» in Bülach können die Siedlung auf einer virtuellen Achterbahnfahrt erkunden. Hinter der Idee stehen die 3D-Spezialisten von Designraum.

TEXT – RETO WESTERMANN*

samt Simulator ermöglicht es, eine virtuelle Welt einfach und ohne Überforderung durch die Technik zu erleben», sagt Hungerbühler. Die Bewegung des Wagens durch den Simulator verstärke nicht nur das Erlebnis, sondern verhindere auch, dass es dem Betrachter übel werde. Für ihn ist der Einsatz von Virtual Reality (VR) in der Immobilienvermarktung nicht nur eine Spielerei, sondern bietet auch handfeste Vorteile: «Virtuelle Eindrücke verarbeitet das Hirn wie ein reales Erlebnis, deshalb bleibt dieses nachhaltig in Erinnerung.»

ES BRAUCHT MUTIGE KUNDEN

Als Designraum angefragt wurde, Renderings und 360°-Panoramabilder für die Vermietung der Wohnungen im neuen Quartier Im Guss in Bülach zu erstellen, schlugen sie auch eine virtuelle Achterbahnfahrt durch einige Wohnungen und die Innenhöfe des Quartiers vor. Die Idee gefiel sowohl der Marketingfirma Privera, die das Erstvermietungsmandat für das Areal erhalten hatte, als auch dem Eigentümer CS REF Green Property, einem Immobilienfonds von Credit Suisse Asset Management, dem die Objekte gehören. «Uns war es wichtig, den künftigen Bewohnern einen umfassenden Eindruck des neuen Quartiers zu vermitteln – die virtuelle Achterbahnfahrt macht dies auf spezielle Art möglich», sagt Marcel Frick, der bei Privera für Im Guss zuständig ist.

Der von Designraum realisierte Simulator im Bülacher Showroom besteht aus einem ehemaligen Wagen eines Autoscooters, der auf einem Simulator befestigt wurde. Um damit zu «fahren», setzt man eine VR-Brille auf, und mit einem einfachen Startknopf kann der Immobilienvermarkter die vierminütige virtuelle Fahrt starten. «Die Bedienung solcher Tools muss einfach sein, sonst werden sie nicht genutzt», sagt Christian Hungerbühler. Ganz so einfach wie die Bedienung war der Bau des Rollercoasters nicht. Ein passender Wagen konnte aus den USA importiert werden. Die Suche nach einem bezahlbaren Simulator hingegen war schwieriger. Schliesslich entwickelte Designraum diesen in Zusammenarbeit mit einer Partnerfirma aus Deutschland, die sonst bewegliche Sitze für 4D-Kinos herstellt. Eine grosse Anzahl Besucher haben unterdessen in Bülach eine virtuelle Achterbahnfahrt durchs Quartier absolviert – mit Erfolg. «Die Idee sorgt für Begeisterung», sagt Frick von Privera. Eine Probefahrt zeigt warum: Die Kombination von beweglichem Simulator und VR-Brille erzeugt richtiges Achterbahnfeeling und vermittelt einen ganz anderen Blick auf das neue Quartier, als es übliche Animationen können.

IM IMMOBILIA INTERVIEW

CHRISTIAN HUNGER-
BÜHLER, MITINHABER
VON DESIGNRAUM IN
WINTERTHUR



VIRTUELLE REISEN DURCH GERÄTE

Die Anwendung in der Immobilienvermarktung ist aber nur der erste Schritt. An der Messe «Architect@Work» in Zürich zeigte Designraum Mitte Mai, was sich mit der Kombination aus Simulator und VR-Brille auch noch machen liesse: Dort schrumpfte der Betrachter virtuell auf die Grösse einer Maus und reiste so durch Wohnzimmer und Küche eines Hauses. «Dadurch können beispielsweise wichtige Details auf eine überraschende Art und Weise gezeigt werden», sagt Hungerbühler von Designraum. Denkbar wäre es aber auch, auf diese Art Geräte und Maschinen zu präsentieren. Bevor der Rollercoaster dafür aber zum Einsatz kommt, steht er weiterhin exklusiv den Interessenten für eine der neuen Mietwohnungen in Bülach zur Verfügung.



*RETO
WESTERMANN

Journalist BR, dipl.
Arch. ETH, Alpha
Media AG, Winterthur.

ANZEIGE



Was Eigentümer und Mieter gemeinsam haben

Sie wollen beide das Beste für sich. Die attraktivsten Immobilien, die besten Wohnungen, die besten Büros, Verkaufs- und Gewerberäume. Das Rezept dazu: intelligente Vernetzung im Ökosystem der Immobilienbranche. Permanente Kooperation aller Beteiligten und massgeschneiderte Services für Mieter und Eigentümer. Das Real Estate Management der Zukunft wird zur Kunst, auf die Kunden zu hören, auf sie einzugehen, ihre Wünsche zu erkennen und dann: gemeinsam Neues zu wagen!

Das finden wir spannend, und darauf freuen wir uns.

Bewirtschaftung, Facility Management, Vermietungsmanagement, Baumanagement

livot

«BEWEGTE BILDER BLEIBEN IM GEDÄCHTNIS»

Christian Hungerbühler, Mitinhaber der 3D-Agentur Designraum in Winterthur, spricht mit der Immobilia über virtuelle Welten und ihre Zukunft in der Immobilienvermarktung.

TEXT – RETO WESTERMANN*



«Ein Bild muss heute eine Geschichte erzählen.»

BILD: ZVG

Christian Hungerbühler, Sie beschäftigen sich seit Jahrzehnten mit virtuellen Welten, was fasziniert Sie daran?

Nicht nur der technische Aspekt, sondern insbesondere wie man Technologien, die eigentlich für ein anderes Einsatzgebiet entwickelt wurden, neu für die Immobilienpromotion adaptieren kann. 360-Grad-Panoramas beispielsweise kannte man früher nur von Google-Maps und aus der Hotellerie. Heute vermarkten wir damit Immobilien. Das gleiche gilt für Virtual Reality (VR). Die Technik dazu wurde eigentlich für Computergames entwickelt und erst später für unsere Zwecke angepasst. Mir macht es auch Spass, virtuell Dinge zu realisieren,

BIOGRAPHIE CHRISTIAN HUNGER- BÜHLER

Christian Hungerbühler (*1967) ist Mitinhaber und Geschäftsführer der 3D-Agentur Designraum in Winterthur. Er ist visueller Gestalter, Innenarchitekt sowie Lichtgestalter SLG und hat vor der Gründung von Designraum in verschiedenen Architekturbüros und Visualisierungsstudios gearbeitet.

die in der Realität gar nicht möglich sind. Etwa wenn wir eine langgezogene Wohnung virtuell aufschneiden und so mit nur einem Bild das gesamte Potenzial der Wohnung attraktiv aufzeigen können.

Wie wichtig ist Authentizität bei virtuell erzeugten Bildern? Darf man den Betrachter täuschen?

Nein, die Räume müssen der später gebauten Realität entsprechen, und die Einrichtung sollte so auch umsetzbar sein. Spielen kann man aber mit dem Standort des Betrachters. Ein kleines Bad beispielsweise zeigt man lieber von einem Standpunkt im Korridor aus und nicht von einer Position im Raum selber.

Der richtige Standort ist ein Element einer attraktiven Visualisierung. Worin unterscheiden sich gute virtuelle Darstellungen sonst noch von durchschnittlichen?

Ein Bild muss heute eine Geschichte erzählen. Der Betrachter soll spüren, dass hier gewohnt wird, und sich mit dem gezeigten Raum identifizieren können – so als ob es sein eigenes Wohnzimmer wäre. Wir orientieren uns bei der Ausstattung deshalb immer an der anvisierten Zielgruppe und deren Vorlieben. Sollen in den Wohnungen beispielsweise jüngere, designorientierte Menschen leben, statuen wir sie virtuell mit den passenden Möbeln bekannter Gestalter aus und platzieren die passenden Accessoires.

Bei der Vermarktung von «Im Guss» in Bülach sind Sie mit einem virtuellen Rollercoaster nochmals einen Schritt weitergegangen. Was ist der Vorteil von bewegten Bildern?

Im Gegensatz zu einem zweidimensionalen Bild wird ein VR-Erlebnis vom Hirn als Realität verarbeitet. Deshalb bleibt es länger im Gedächtnis haften. Virtuelle Rundgänge mit einer VR-Brille eignen sich deshalb sehr gut als Vermarktungsinstrument für Immobilien. Wird das Ganze wie beim Rollercoaster zusätzlich mit einem Simulator verknüpft, ist das Erlebnis noch eindrücklicher und die Erinnerung noch stärker. Aber klar, man kann so etwas nur bei grossen Objekten umsetzen, denn der finanzielle Aufwand ist nicht unerheblich.

Wo geht die Zukunft bei der Nutzung virtueller Welten hin? Welche neuen Tools werden künftig für die Immobilienvermarktung genutzt?

In unserem schnellleibigen Metier kann man das fast nicht voraussagen. Ich denke aber, dass wir schon in naher Zukunft eine Immobilie online kaufen, wie wir das heute mit Kleidern und Schuhen tun. Die Besichtigung, das persönliche Verkaufsgespräch, die Auswahl der Oberflächen – all das erfolgt dann ortsunabhängig über ein digitales Medium. Und dabei werden hochrealistische virtuelle Darstellungen eine entscheidende Rolle spielen. ■