

Interview mit Mattia

Mattia | www.tailor-made.site

Mattia ist Student im Masterstudiengang Visuelles Design an der Universität von Verona und hat eine Produktlinie auf den Markt gebracht, die aus T-Shirts besteht versehen mit einem QR-Code, der dem Kaufenden Zugang zu einer virtuellen Welt verschafft.

Wie sind Sie auf die Idee zu diesem T-Shirt und dem QR-Code gekommen?

Die Idee entstand während des Kurses "Virtuelle Realität", den ich an der Universität belegte und aus meiner Leidenschaft für die Welt der Mode, die mich auf die Idee brachte die Welt der Mode mit der Online-Welt im Sinne einer Online-Interaktion zwischen Menschen zu verbinden.

Diese Intuition brachte mich dazu in ein T-Shirt eine Grafik zu integrieren, die mit einem QR-Code verbunden ist. So kann der/die Träger:in des T-Shirts eine virtuelle Erfahrung machen kann, indem er/sie Zugang zu einer virtuellen Welt erhält, die dem/der Besitzer:in dieses T-Shirts gewidmet ist.

Was geschieht in dieser virtuellen Welt?

Der Benutzende kann mit der ihn umgebenden virtuellen Umgebung interagieren, indem er Teil einer Gemeinschaft wird, die sich mit dieser Marke identifiziert. In dieser virtuellen Umgebung ist es möglich, Aktivitäten zu unternehmen, wie z. B. einen Ort zu mieten, um Leute dorthin zu bringen oder mehrere Leute in diesen Räumen zu verbinden. Somit personalisiert der T-Shirt-Tragende das Produkt ab der Anprobe und past es an eine Ansicht vor dem Kauf an. Es ist möglich, vor dem Kauf zu sehen, wie ein Kleidungsstück getragen wird, und Anpassungen vorzunehmen, um etwas Einzigartiges zu schaffen.

Worin besteht der Mehrwert dieses Angebots?

Der Modemarkt ist gesättigt und viele Unternehmen der Branche haben das Potenzial des Metaverse sofort erkannt, um das Einkaufen zu einem noch reicheren Erlebnis zu machen. Das T-Shirt mit dem QR-Code ist ein Schritt in Richtung des so genannten Metaverse mit einem Produkt, dass darauf abzielt ein echtes Merchandising zu entwickeln, welches eine Marketing-Konsistenz aufweist. Um eine Kontinuität zwischen der Marke und der Botschaft zu finden, vermittelt eine Werbekampagne diese Werte.

Das Kundenverhalten hat sich durch das Aufkommen der Digitalisierung verändert und das Kaufverhalten hat sich gewandelt. Es verlässt sich weniger auf reale Geschäfte als vielmehr auf Websites und E-Commerce. Früher genügte ein Kleidungsstück, damit man es mochte. Heute muss die Kleidung auch Ausdruck der eigenen Identität sein.

Durch die Schaffung einer virtuellen Welt, die diesem Produkt gewidmet ist, kann man die soziale Vernetzung ersetzen. In einer virtuellen Welt kann man neue Leute kennenlernen, indem man sich durch gemeinsame Elemente wie das T-Shirt auf reale Weise verbindet. Dadurch ist es möglich die Realität entsprechend dem virtuellen Leben zu gestalten, z. B. einen Stadtteil von New York zu besuchen, einer Modenschau oder einem Event beizuwohnen und das Einkaufserlebnis mit jemandem am anderen Ende der Welt, der das gleiche Kleidungsstück gekauft hat, zu einem noch reicheren Erlebnis zu machen. Nur eine reale Person kann den QR-Code scannen, was die virtuelle Erfahrung zu einer einfachen Erweiterung der realen Welt macht.



Wie haben Sie es geschafft, die dem T-Shirt gewidmete virtuelle Welt zu entwickeln?

Wenn man heutzutage lernen will, wie man virtuelle Welten oder virtuelle Objekte erstellt, kann man alle Werkzeuge finden, die man braucht, aber letztlich kommt man allein nicht zurecht. Deshalb habe ich einige Mitstreiter:innen gefunden, Kommiliton:innen, die die Idee begeistert aufgenommen haben und mir ihr spezifisches technisches Know-how für die Realisierung der virtuellen Welten zur Verfügung stellten. Momentan befindet sich das Projekt in der Entwicklungsphase, so dass viele Ideen noch in der Embryonalphase oder in der Umsetzung sind.

Welche weiteren Ideen können in diesen virtuellen Welten entwickelt werden?

Wir denken darüber nach virtuelle Begegnungszonen, Co-Working-Spaces, Chill-out-Bereiche, Bereiche, in denen man Kontakte knüpfen, Spaß haben und neue Leute kennenlernen kann, zu schaffen.

Wie hilfreich war Ihre Ausbildung bei der Entwicklung dieses Projekts?

Sicherlich war die Ausbildung von grundlegender Bedeutung, aber die Grundlage bleibt die Fähigkeit und Bereitschaft, die Welt um uns herum zu beobachten. Auch im Ausbildungsbereich sollten sich die Schulen ein Beispiel an denjenigen nehmen, die auf innovative Weise ausbilden, damit sie dies in ihre eigenen Lehrpläne einbringen können.






Kofinanziert von
der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.



CC BY: Diese Lizenz erlaubt Dritten, ein Werk zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, auch kommerziell, solange der Urheber des Originals genannt wird.

CC BY umfasst die folgenden Elemente:

BY  – der Autor muss gewürdigt werden

ERASMUS+
2021-DE02-KA210-VET-000034595