

KURZFASSUNG 2026

Virtuelle Unternehmensräume 2026

Kurzfassung der Evidenzkartierung: Wie begehbare digitale Abbilder für Marketing, Vertrieb, Recruiting, Lernen, Sicherheit und betriebliche Aufgaben genutzt werden - und wie daraus systematische Unternehmensräume entstehen.

353 vertiefte Quellen Arbeitsbasis der Evidenzkartierung	235 Marketingstudien E203 · N ≈ 59.954	40 DE-/Europa-Fälle öffentlich dokumentierte Praxis	10 Wertmechanismen vom Zugang bis Prozessanschluss
---	--	---	--

VERSION 1.2 · PRÜFSTAND 23.08.2026 · LS-FORSCHUNG-2026-02K

FORSCHUNGSFAZIT · Wirkung und Nutzen virtueller Räume sind über zahlreiche Kontexte und Nutzenstufen breit belegt. Die verbleibende Marktlücke betrifft vor allem die genaue zusätzliche Wirkung im jeweiligen Unternehmensprojekt - nicht die grundsätzliche Nützlichkeit. LINSSENSPEKTRUM verbindet deshalb räumliches Erleben mit Prozessanschluss und projektspezifischer Messung.

Zehn Wertmechanismen · weit mehr als ein Rundgang

Ein virtueller Unternehmensraum kann Zugang, Verständnis, Vertrauen, Qualifizierung und Wiederverwendung gleichzeitig unterstützen.

Wertmechanismen	Was der Unternehmensraum praktisch ermöglicht	passende Zielgröße
1 · Fernzugang 2 · räumliches Verständnis	Große, sensible, entfernte oder nicht transportierbare Orte zugänglich machen; Wege, Größenverhältnisse und Zusammenhänge sichtbar erklären.	Zielgruppenabdeckung · qualifizierte Starts · Verständnis · Rückfragen
3 · Informationsreichtum 4 · Authentizität	Bild, Video, Pläne, Dokumente und Expertenerklärung am realen Ort bündeln; Arbeitswelt, Qualität und Prozesse glaubwürdig zeigen.	Contentnutzung · Glaubwürdigkeit · Vertrauen · Erwartungsfit
5 · Telepresence und Story 6 · Erwartungsklarheit	Aufmerksamkeit und Erinnerung stärken; Besuche, Bewerbungen, Audits oder Entscheidungen realistisch vorbereiten.	Engagement · Erinnerung · Unsicherheit · Fehlpassung
7 · Guided Selling 8 · Lernen und Vorbereitung	Buying Center und Fachleute am gleichen räumlichen Kontext ausrichten; Aufgaben, Abläufe und Sicherheitswissen anschaulich vermitteln.	Folgetermin · Angebotsreife · Wissen · Fehler · Aufgabenerfolg
9 · Wiederverwendung 10 · direkter Folgeschritt	Eine räumliche Basis für Website, Vertrieb, Recruiting, Training und Service nutzen; Kontakt, Termin, Bewerbung, Download oder Lernabschluss direkt anschließen.	Nutzungsfelder · Reichweite · CTA · qualifizierte Folgehandlung

KERNAUSSAGE · Ein virtueller Rundgang ist zugleich Medienformat, Fernzugang, Erklärraum, Vertrauenssignal, Qualifizierungsinstrument und wiederverwendbares räumliches Asset. Sein Nutzen reicht weit über eine kurzfristige Last-Click-Conversion hinaus.

Vom Rundgang zum systematischen Unternehmensraum

Jede Aufgabe braucht die passende Ausbaustufe. Sie richtet sich nach Ziel, Nutzer, Datenlage und Prozess - vom zugänglichen Rundgang bis zum gekoppelten digitalen Gegenstück.

Ausbaustufe	Was hinzukommt	Unternehmensnutzen
1 · Begehrter Raum	Browserbasierte 360°-Ansichten, Navigation und Orientierung.	Orte werden unabhängig von Zeit und Entfernung zugänglich.
2 · Informationsraum	Hotspots, Video, Pläne, Dokumente, Sprache und strukturierte Themenpfade.	Informationen werden dort auffindbar, wo sie räumlich hingehören.
3 · Erlebnisraum	Geführte Story, Interaktion und optional gezielte Motion360-Module.	Prozesse, Menschen, Maschinen und Atmosphäre werden anschaulich vermittelt.
4 · Prozessraum	CTA, Formulare, Lernen, Vertrieb, Recruiting, Service und Rollen-/Zugriffskonzepte.	Der Raum wird Teil einer konkreten Aufgabe oder Entscheidung.
5 · Digital Shadow / Twin	Identifiziertes Gegenstück, zweckgebundene Modelle, automatisierte Datenkopplung und Validierung.	Aktueller räumlicher Systemkontext unterstützt Betrieb und Entscheidungen.

ZEIGEN SIE NICHT NUR DEN RAUM. ZEIGEN SIE, WAS DARIN MÖGLICH IST. · LINSSENSPEKTRUM entwickelt die reale räumliche Basis gezielt weiter: vom hochwertigen Rundgang über Informations- und Erlebnisräume bis zum anschlussfähigen Unternehmensraum. Motion360 bleibt dabei ein optionales Modul; die technische Vertiefung ist separat dokumentiert.

Sechs belastbare Kernaussagen

Der Forschungsstand zeigt, warum virtuelle Unternehmensräume weit über eine visuelle Präsentation hinausgehen.

Kernaussage	Evidenzbasis	Bedeutung für Unternehmen
Virtuelle Unternehmensräume werden real eingesetzt.	40 dokumentierte Deutschland-/Europa-Fälle sowie produktive Betreiber- und Institutionssysteme.	Die Einsatzfelder reichen von Marketing, Vertrieb und Recruiting bis Lernen, Sicherheit, Planung, Inspektion und Betrieb.
Räumliche Erlebnisse besitzen eine breite Wirkungsbasis.	235 AR-/VR-Marketingstudien mit N = 59.954, 52 VR-Retailstudien mit N = 19.188 und Telepresence-Synthesen.	Belegt sind Nutzenpfade über Aufmerksamkeit, Engagement, Verständnis, Bewertung und Handlungsabsicht.
Die Evidenz reicht bis zu realem Verhalten und einzelnen Prozessendpunkten.	Gemessene Real-/Langzeitfälle sowie Markt-, Teilnahme-, Lern- und Ablaufbefunde.	Der Nutzen endet nicht grundsätzlich bei subjektivem Erleben; seine Höhe bleibt projektspezifisch.
Realistische Einblicke schaffen Erwartungsklarheit.	Meta-Analysen zu Realistic Job Previews sowie Tour-, Hospitality- und Museumsforschung.	Authentizität, Glaubwürdigkeit, Selbstselektion und Erwartungsfit werden adressierbar.
Mehr technische Tiefe ist nicht automatisch mehr Wirkung.	Reifegrad-, Geräte- und Gegenbefunde über mehrere Domänen.	Die passende Ausbaustufe und der Prozessanschluss sind wichtiger als maximale Immersion.
Wiederverwendung ist ein eigener Werthebel.	Mehrfachnutzung derselben räumlichen Basis ist in Praxisfällen und Systemarchitekturen dokumentiert.	Ein Raum kann zielgruppenspezifische Ausgaben für Website, Vertrieb, Recruiting, Training und Service tragen.

PRÄZISE HAUPTAUSSAGE · Wirkung und Nutzen sind breit belegt. Projektspezifisch zu messen bleibt vor allem, wie stark ein Unternehmensraum im konkreten Fall zu qualifizierter Nutzung, Terminen, Bewerbungen, Lernen, Entscheidungen oder Prozesseffizienz beiträgt.

Was LINSSENSPEKTRUM aus der Forschung macht

Die Studie wird zu einem klaren Entwicklungs-, Qualitäts- und Messmodell für reale Kundenprojekte.

Forschungsbefund	LINSSENSPEKTRUM-Antwort	Ergebnis für den Kunden
Der Nutzen hängt von Aufgabe und Zielgruppe ab.	Use Case, Zielrolle und gewünschte Folgehandlung werden vor der Technik festgelegt.	Ein begründeter Projektzweck statt eines beliebigen Medienformats.
Die richtige Reife ist wichtiger als maximale Tiefe.	Rundgang, Informationsraum, Erlebnisraum, Prozessraum oder Twin-Stufe werden passend ausgewählt.	Eine wirtschaftlich sinnvolle und ausbaufähige Architektur.
Qualität besteht aus mehreren Dimensionen.	Bild, Navigation, Information, Performance, Zugänglichkeit, Aktualität und Schutzbedarf werden spezifiziert und abgenommen.	Ein prüfbarer Qualitätsstandard statt einer reinen Optikentscheidung.
Wirkung entsteht durch Prozessanschluss.	CTA, Formulare, Lernpfade, Dokumente, Rollen und Systemübergänge werden als Teil des Raums geplant.	Der digitale Raum führt zu einer konkreten Aufgabe oder Entscheidung weiter.
Betrieb braucht Verantwortung und Exit.	Hosting, Aktualisierung, Rechte, Export, Schutzstufen und Übergabe werden früh berücksichtigt.	Ein dauerhaft nutzbarer Unternehmensraum mit klarer Betriebslogik.
Die konkrete Wirkung muss messbar werden.	Haupt-KPI, Baseline, Ereignisse, Nenner, Laufzeit und Nachmessung werden projektspezifisch definiert.	Eine nachvollziehbare Grundlage für Ausbau, Optimierung und Folgeinvestitionen.

UNSERE POSITION · Wir machen virtuelle Rundgänge und digitale Unternehmensräume verständlich, messbar und systematisch weiterentwickelbar - von der ersten räumlichen Darstellung bis zum belastbaren Prozessraum.

Der sinnvolle Einstieg: LS-Digitalraum-Assessment

Das Assessment übersetzt Unternehmensziel, reale Räume, Inhalte, Systeme und vorhandene Daten in eine belastbare Ausbauentscheidung.

Schritt	Ergebnis
1 · Ziel und Zielgruppe	Priorisierter Einsatzfall: Marketing, Recruiting, Vermittlung, Lernen, Betrieb oder Kombination.
2 · Raum- und Inhaltsarchitektur	Stationen, Dramaturgie, Informationsschichten, Schutzbereiche und Aktualisierungslogik.
3 · Ausbaustufe	Begehbarer Rundgang, Informations-, Erlebnis- oder Prozessraum bis zur passenden Digital-Shadow-/Twin-Stufe.
4 · Qualitäts- und Zugangsstandard	Mobile/Desktop, Performance, Barrierearmut, Analytics, Datenschutz, Hosting und Exit.
5 · Messplan	Eine Haupt-KPI, Baseline, Ereignisschema, Nenner, Laufzeit und Entscheidungsregel.

ERGEBNIS DES ASSESSMENTS · Ein kompakter Assessmentbericht mit Ist-/Zielprofil, priorisierten Use Cases, Qualitäts- und Schutzanforderungen, Ausbauempfehlung, Abnahmekriterien und Messplan. Damit wird aus dem virtuellen Rundgang ein gezielt entwickelbarer Unternehmensraum.

Stefan Dendorfer · LINSSENSPEKTRUM

Marienthaler Straße 17 · 24340 Eckernförde

[+49 175 56 00 167](tel:+491755600167) · info@linsenspektrum.de · www.linsenspektrum.de