

Komplexe Sachverhalte einfach dargestellt

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

25/02/2018 Porsche nutzt Augmented und Virtual Reality für Kunden und Mitarbeiter.

Mit Augmented und Virtual Reality bietet der Vertrieb bei Porsche völlig neue Perspektiven – für die Kunden, aber auch für den Bereich After-Sales. Während die Kunden die Möglichkeit haben, die Porsche-Welt noch intensiver und vor allem interaktiv zu erkunden, helfen die Zukunftstechnologien den Servicemitarbeitern in den Werkstätten des Sportwagenherstellers, komplexe technische Sachverhalte leichter zu erfassen.

Für Kunden besonders spannend ist sicherlich die „Mission E Augmented Reality“, die im Rahmen einer Kooperation mit Google entstanden ist. Die Verknüpfung der physischen und digitalen Welt ermöglicht es Interessierten, bereits heute ein Stück Zukunft von Porsche zu entdecken. Ende 2019 wird der Mission E, der erste rein elektrisch betriebene Sportwagen aus Zuffenhausen, auf den Markt kommen.

Aber schon jetzt können Interessierte bei Brand Pop-up Stores oder Messen Details von Exterieur und Interieur mit Hilfe einer App und Augmented Reality betrachten – an der Konzeptstudie Mission E selbst oder am skalierten Modell. Durch den intelligenten Einsatz von Augmented Reality ist es zudem möglich, nicht nur die Animation der Aerodynamik im X-Ray Modus darzustellen, sondern auch die komplexen Antriebs- und Batterietechnologien. In einem weiteren Entwicklungsschritt wird das Augmented Reality-Erlebnis überall und zu jeder Zeit abrufbar sein.

VR kommt im After-Sales-Bereich zum Einsatz

Die vielseitigen Möglichkeiten von Virtual Reality (VR) wiederum nutzt Porsche für die Qualifizierung von Mitarbeitern im After-Sales-Bereich. Über VR-Brillen können komplexe Technologien besonders anschaulich dargestellt werden. Der Mitarbeiter taucht über die Brille in eine virtuelle Werkstatt ein. Dort befinden sich beispielsweise mehrere Exemplare des aktuellen Panamera 4 E-Hybrid. An den Fahrzeugen lernt der Mitarbeiter mit den virtuellen Fahrzeugmodellen zu interagieren, erkundet die wesentlichen Komponenten des Hochvoltsystems und wird beispielhaft durch den exakten Ablauf der Reparatur einer Hochvoltbatterie geführt.

Eine Drohne begleitet den Mitarbeiter in der virtuellen Werkstatt. Sie übernimmt die Rolle eines Trainers und gibt Hinweise zu den auszuführenden Tätigkeiten. Virtuelles Lernen bietet nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, Fahrzeugsysteme und Funktionen kennenzulernen. So ermöglicht die VR-Brille beispielsweise auch die Ansicht von elektrischen Leitungen, die am realen Fahrzeug verborgen bleiben. Ein weiterer Vorteil ist, dass der Mitarbeiter auch sensible Wartungsumfänge gefahrlos virtuell erlernen kann. Das VR-Training ersetzt keinesfalls die weitere Schulung an den Fahrzeugen selbst, ist aber die ideale Grundlage dafür.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/innovation/digital-deep-tech/porsche-augmented-virtual-reality-ar-vr-technologie-kunden-after-sales-mission-e-google-zukunft-drohne-14902.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/cde3174c-15c9-4639-a0e0-704f81a64915.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart