



Pressekontakt

Martin Moschek
Head of Communications, Central Europe
ADOBE SYSTEMS GmbH

Christina Euripides
FAKTOR 3 AG
Tel: (0)40-67 94 46-6310
Fax: (0)40-67 94 46-11
E-Mail: adobe_mc@faktor3.de
<http://www.adobe-newsroom.de>

Adobe verhilft Marken zum Erfolg im Metaverse

- Adobe unterstützt Agenturen und Marken dabei, sich an die neuen Anforderungen immersiver 3D-Designs anzupassen, um die Marketing-Produktion, das Produktdesign und vieles mehr zu optimieren.
- Adobe arbeitet mit The Coca-Cola Company, Epic Games, NASCAR, NVIDIA und anderen an der Erstellung von 3D-Inhalten, E-Commerce und mobilen immersiven Erlebnissen.
- Adobe stellt Substance 3D Modeler und Augmented Reality Shopping-Tools für immersive Erlebnisse vor.

San Jose / München — 15. März 2022 — Auf dem [Adobe Summit](#) kündigte Adobe (Nasdaq:ADBE) eine Reihe von Innovationen, Integrationen und Investitionen an, die Marken dabei unterstützen, im Metaverse erfolgreich zu sein.

Aufbauend auf den Funktionen, die Adobe derzeit für die Erstellung von immersiven 3D-Erlebnissen, E-Commerce-Plattformen und digitalen Erlebnissen anbietet, kündigte Adobe neue Innovationen für die Gestaltung, Erstellung und Bereitstellung von ansprechenden und realistischen virtuellen Erlebnissen für Millionen von Nutzer*innen an. Neue Integrationen in Adobe Creative Cloud und Adobe Experience Cloud ermöglichen es, die Lösungen von Adobe für die Erstellung von 3D-Inhalten und die Personalisierung in einem breiten Spektrum von Branchen einzusetzen.

Zudem veröffentlichte Adobe auch ein auf das Metaverse ausgerichtete Playbook für Marken und gab einen Ausblick auf den kommenden Substance 3D Modeler sowie auf Augmented Reality (AR) Shopping-Tools. Darüber hinaus stellte Adobe Kooperationen mit führenden Marken vor - darunter The Coca-Cola Company, Epic Games, NASCAR und NVIDIA - für eine Reihe von technologischen Fortschritten und Experiences, die die Schlüsselkomponenten der Metaverse-Readiness beinhalten:

- **Erstellung von 3D- und anderen immersiven Inhalten:** Die heutigen immersiven Erlebnisse, einschließlich Spiele und interaktive Commerce- und Bildungsinhalte, werden größtenteils mit Adobes branchenführenden Tools Substance 3D und Aero erstellt. Smarte Marken nutzen 3D-Design-Workflows, z. B. virtuelle Fotografie mit Tools wie Substance Stager, um ihr Produktdesign und die Produktion von Marketing-Inhalten besser, schneller und

effizienter zu gestalten.

- **Virtuelle Commerce-Erlebnisse:** Heute arbeitet Adobe mit Tausenden von Unternehmen zusammen, um digitale Verkaufsflächen und andere E-Commerce-Erlebnisse zu ermöglichen. Dieses Know-how und die Cross-Cloud-Integration ermöglichen es Unternehmen, immersive Erlebnisse zu schaffen, bei denen Nutzer*innen sowohl virtuelle als auch physische Produkte in der virtuellen Welt kaufen können.
- **Mobilität von virtuellen Identitäten und Besitztümern:** Adobe ermöglicht es Marken, ihren Kund*innen einheitliche personalisierte digitale Erlebnisse zu bieten, unabhängig vom Standort oder genutztem Kanal. Adobe baut auf seiner Expertise auf, um Nutzer*innen in Metaversen und anderen immersiven Umgebungen die Möglichkeit zu geben, ihre individuellen Online-Personas und -Besitztümer zu entwerfen und diese personalisierten Assets in virtuellen Welten zu nutzen.

„Das Metaverse und andere immersive Erlebnisse werden nur dann erfolgreich sein, wenn sie viele Funktionen aufweisen, personalisiert und interaktiv sind“, so Scott Belsky, Chief Product Officer und Executive Vice President von Adobe Creative Cloud. „Um im Metaverse führend zu sein, sollten Marken jetzt mit der Erstellung von 3D- und immersiven Inhalten beginnen – das wird sie nicht nur auf die Zukunft vorbereiten, sondern auch ihr Produktdesign und die Erstellung von Marketing- und E-Commerce-Assets besser, schneller und kostengünstiger machen.“

Das Metaverse besteht aus immersiven Erfahrungen, die es Menschen ermöglichen, in virtuellen Welten zu interagieren. Es wird die nächste große Innovationswelle vorantreiben, einschließlich einer breiten Palette gemeinsamer Erlebnisse in den Bereichen Arbeit, Spiele, elektronischer Handel, Robotik, Schulungen für autonome Fahrzeuge und Forschung zum Klimawandel.

Im Zuge der Integration seiner kreativen 3D- und immersiven Tools in Adobe Experience Cloud plant Adobe zunächst die Integration in Adobe Commerce, Adobe Experience Manager, Adobe Analytics und Adobe Target. Zuvor hatte Adobe eine verstärkte Integration von 3D-Inhalten, -Effekten und -Funktionen in sein Portfolio von Creative Cloud-Anwendungen angekündigt.

„Mit der Weiterentwicklung des Internets wird die Nachfrage nach datengesteuerten, immersiven Erlebnissen, E-Commerce, Multi-User-Funktionen und der Möglichkeit, individuelle Versionen der eigenen Identität und Besitztümer in virtuellen Welten zu haben und zu exportieren, größer denn je sein“, sagt Anil Chakravarthy, President, Digital Experience Business, Adobe. „Adobe Experience Cloud wird ein wesentlicher Bestandteil der Bemühungen von Marken sein, personalisierte, immersive Erlebnisse wie diese zu schaffen.“

Stimmen der Adobe-Kunden

„Wir bei Coca-Cola haben uns verpflichtet, das Handwerk der Kreativität und des Designs zu schützen - sowohl in der realen als auch in der digitalen Welt“, so Rapha Abreu, Global Vice President of Design, The Coca-Cola Company. „Adobe hilft uns dabei, digitale Innovationen in unsere physischen Produkte zu integrieren, und wir freuen uns auf die Zusammenarbeit, um die Magie von Coca-Cola mit immersiven Designerlebnissen auf die schnell wachsende virtuelle Welt auszuweiten.“

„Ob Spieleentwickler*innen, Architekt*innen oder Automobildesigner - die Verbraucher*innen von heute erwarten

immersive interaktive Erlebnisse“, sagt Marc Petit, Vice President, Unreal Engine Ecosystem bei Epic Games. „Gemeinsam mit Adobe entwickeln wir neue Werkzeuge, die es Entwickler*innen ermöglichen, 3D-Erlebnisse in Echtzeit zu erstellen, die die Grenzen der fotorealistischen Immersion überschreiten.“

„Wir bei NASCAR sind stets bedacht, unseren Fans das ultimative Erlebnis zu bieten, egal ob sie an der Rennstrecke sind, von zu Hause aus zuschauen oder mit uns in der virtuellen Welt interagieren“, sagt Wyatt Hicks, Managing Director, NASCAR Digital Media. „Wir sind begeistert von der Partnerschaft mit Adobe, um den Fans auf allen Plattformen ein unvergessliches Erlebnis bieten zu können.“

„NVIDIA arbeitet an der Entwicklung grundlegender Technologien, die es Unternehmen, Entwickler*innen und Künstler*innen ermöglichen, virtuelle Welten zu schaffen und sich darin zu vernetzen. Die Zusammenarbeit mit Adobe bei der Verbreitung offener, gemeinsamer 3D-Standards wie Universal Scene Description wird unseren Design- und Entwicklungsteams helfen, 3D-Assets in virtuelle Welten zu bringen“, sagt Richard Kerris, Vice President der Omniverse Development Platform bei NVIDIA.

Metaverse Playbook

Auf dem Adobe Summit stellte Adobe ein „Metaverse-Ready“-Playbook vor [Whitepaper [hier herunterladen](#)], das Agenturen und Marken dabei unterstützt, sich an die neuen Anforderungen der 3D- und immersiven Umgebungen anzupassen, um die Marketingproduktion, das Produktdesign und vieles mehr zu optimieren. Darüber hinaus enthält das Playbook neue Insights über das Kern-Ökosystem von Partnern, um Marken auf ihrem Weg zur Metaverse-Readiness zu unterstützen.

Adobe gibt einen Ausblick auf neue immersive Innovationen

Noch in diesem Jahr wird Adobe seine 3D-Fähigkeiten in der Substance 3D Modeler Collection ausbauen, die es Kreativen ermöglicht, 3D-Objekte mit Präzision organisch zu gestalten und dabei virtuelle Realität und vertraute Desktop-Tools zu nutzen. Modeler wird sich der Substance 3D Collection anschließen, die die einzige End-to-End-Lösung für 3D-Visuals und -Erlebnisse ist und derzeit Substance 3D Stager, Painter, Sampler, Designer und 3D Asset Library mit einer brandneuen Substance 3D Modeler-App umfasst, was die Collection zur einzigen End-to-End-Lösung für 3D-Visuals und -Erlebnisse macht. Adobes 3D-Tools werden ausgiebig in erstklassigen immersiven Spielen wie Fortnite, Roblox, Halo und Flight Simulator eingesetzt. Sie werden auch verwendet, um außergewöhnliche Unterhaltungserlebnisse zu schaffen, darunter Dune, The Mandalorian und Blade Runner 2049.

Adobe wird auch die Integration seiner 3D-Inhalte, -Effekte und -Funktionen in alle Creative Cloud-Applikationen fortsetzen und dabei auf den kürzlich veröffentlichten Integrationen mit Illustrator und After Effects aufbauen. Darüber hinaus bietet Adobe mit Adobe Aero ein branchenführendes Werkzeug für die Erstellung von Erlebnissen in der erweiterten Realität.

Während der „Sneaks“ auf dem Adobe Summit hat Adobe eine Vorschau auf innovative immersive Tools aus den Adobe-Forschungslabors gegeben, darunter auch Tools, die es Unternehmen ermöglichen, E-Commerce-Erlebnisse in das Metaverse und andere virtuelle digitale Umgebungen zu bringen. Adobe präsentiert insbesondere Augmented Reality Shopping-Funktionen, mit denen Marketer AR-Marker in digitale Bilder auf ihren Websites einbetten können. Kund*innen können ein Produkt online fotografieren und sehen automatisch die exakte Größe und Passform des Produkts bei sich zu Hause – die virtuelle und die physische Welt verschmelzen.

Weitere Informationen zu Adobes Metaverse-Initiativen finden Sie auf der Website: www.adobe.com/metaverse.

Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

###