



thyssenkrupp eröffnet virtuelle Showrooms in Asien und im Nahen Osten

- Das neue Virtual-Reality-Showroom-Konzept wurde erstmals in Dubai vorgestellt
- Die neue Technologie kann in sieben thematisch unterschiedlichen Themenräumen in fast jeder Hinsicht „live“ erlebt werden
- Interaktiv, persönlich und direkt - die Präsentation ist so innovativ wie die Technologie selbst

Wie wär's mit einer schnellen Fahrt in der neuen und aufregenden MULTI-Kabine? Oder einem Blick hinter die Kulissen, um die bahnbrechende Technik zu bestaunen? Kein Problem mit den neuen Virtual Reality (VR)-Showrooms von thyssenkrupp Elevator, die derzeit in den Niederlassungen des Unternehmens in Asien und dem Mittleren Osten installiert sind. Sie nehmen die Besucher buchstäblich mit auf eine Reise in die Zukunft der urbanen Mobilität.

Das Konzept, das in diesem Jahr erstmals auf der Dubai Airport Show gezeigt wurde, erregte viel Aufmerksamkeit bei den Gästen. Anstatt sich Broschüren, Diagramme und Grafiken anzuschauen oder einfach nur Präsentationen auf dem Bildschirm anzusehen, erhielten die Teilnehmer die Möglichkeit, buchstäblich in die neue MULTI- und TWIN-Technologie einzusteigen und die neuen Transportlösungen von innen heraus zu erleben.

Das neue VR-Konzept umfasst sieben verschiedene Themenräume, die den Besucher direkt ins Innere von Technologien und Lösungen wie TWIN und MULTI führen. So haben sie zum Beispiel die Möglichkeit, eine Fahrt im neuen Transportsystem zu erleben und sich die Kabinen in verschiedenen Ausstattungsvarianten genau anzusehen. Sie können sich auch über das Funktionsprinzip der neuen thyssenkrupp Elevator-Lösungen sowie über ihre zahlreichen Einsatzmöglichkeiten in urbanen Bereichen informieren.

Nach dem großen Erfolg auf der Dubai Airport Show will thyssenkrupp Elevator den beeindruckenden VR-Showroom möglichst vielen Menschen in Wachstumsmärkten anbieten. Die erste Installation fand in Hongkong statt – weitere Showrooms folgen in fast allen asiatischen Niederlassungen. Mittlerweile gibt es VR-Angebote in China, Hong Kong, Malaysia, Myanmar, Thailand, Indonesien, Taiwan, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Jordanien. Saudi-Arabien, Katar, Kuwait, Ägypten sowie weitere asiatische Länder werden in Kürze hinzukommen. Auch in Europa soll das Erlebnis bald erfahrbar sein.

„Wir bringen das Showroom-Erlebnis direkt in unsere Niederlassungen – in unmittelbare Nähe zu unseren Kunden. Gerade wenn man berücksichtigt, dass den Kunden einige

unserer Produkte ohne lange Reisen kaum zugänglich sind, ermöglicht unser VR-Konzept wirklich ungewöhnliche und seltene Einblicke“, erklärt Andreas Schierenbeck, CEO von thyssenkrupp Elevator.

20.07.2018
Seite 2 / 3

Die virtuelle Realität mit ihren 360-Grad-Bildern vermittelt Kunden und Besuchern ein erstaunlich realistisches Gefühl für Produkte, Lösungen und die Funktionsweise von Technologien. Darüber hinaus ermöglicht das VR-Prinzip eine maximale Individualisierung, die den Kunden verschiedene, sofort realisierbare Optionen anbietet, wie zum Beispiel ein besonderes Kabinendesign oder Material.

„thyssenkrupp Elevator liefert nicht nur Technologien von morgen für urbane Mobilitätskonzepte von morgen, auch ihre Präsentation ist von morgen. So wie der MULTI von einer technischen Revolution getragen wird, so ist auch unsere Kommunikation mit den Kunden und der interessierten Öffentlichkeit getragen von den vielfältigen, nahezu unbegrenzten Möglichkeiten der Virtuellen Realität“, fügt Andreas Schierenbeck hinzu.

Bildmaterial

Alle Pressebilder zum Thema sind unter [diesem Link](#) und Screenshots unter [diesem Link](#) für Sie verfügbar und können bei Quellenangabe „thyssenkrupp Elevator“ frei verwendet werden.

Pressekontakt

Sie möchten gerne mehr über thyssenkrupp Elevator wissen? Wir sind für Sie da:

Dr. Jasmin Fischer
Media Relations
T: +49 201 844 - 563054
jasmin.fischer@thyssenkrupp.com
www.thyssenkrupp-elevator.com

Sie erhalten Nachrichten über unseren Presseverteiler, weil wir Sie bei Ihrer Themenfindung und Berichterstattung unterstützen möchten. Wenn Sie das nicht mehr wünschen, können Sie den Erhalt der Nachrichten jederzeit per E-Mail an press.elevator@thyssenkrupp.com abbestellen und Ihre Kontaktdaten löschen lassen.

Über uns:

thyssenkrupp Elevator

thyssenkrupp Elevator umfasst die weltweiten Konzernaktivitäten im Geschäftsfeld Personenbeförderungsanlagen. Mit einem Umsatz von 7,7 Mrd. € im Geschäftsjahr 2016/2017 und Kunden in 150 Ländern hat sich thyssenkrupp Elevator seit seinem Markteintritt vor 40 Jahren als eines der führenden Aufzugsunternehmen der Welt etabliert. Das Unternehmen mit mehr als 50.000 qualifizierten Mitarbeitern bietet intelligente und energieeffiziente Produkte, entwickelt für die individuellen Anforderungen der Kunden. Innovative Lösungen ermöglichen die Entwicklung von intelligenten Städten. Das Portfolio umfasst Personen- und Lastenaufzüge, Fahrtreppen und Fahrsteige, Fluggastbrücken, Treppen- und Plattformlifte sowie maßgeschneiderte Servicelösungen für das gesamte Produktangebot. Über 1.000 Standorte rund um den Globus bilden ein dichtes Vertriebs- und Servicenetz und sichern somit eine optimale Nähe zum Kunden.

thyssenkrupp

thyssenkrupp ist ein diversifizierter Industriekonzern mit einem wachsenden Anteil an Industriegüter- und Dienstleistungsgeschäften und traditionell hoher Werkstoffkompetenz. Über 158.000 Mitarbeiter arbeiten in 79 Ländern mit Leidenschaft und Technologie-Know-how an hochwertigen Produkten sowie intelligenten industriellen Verfahren und Dienstleistungen für nachhaltigen Fortschritt. Ihre Qualifikation und ihr Engagement sind die Basis für unseren Erfolg. thyssenkrupp erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2016/2017 einen Umsatz von 41,5 Mrd. €.

Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir wettbewerbsfähige Lösungen für aktuelle und künftige Herausforderungen in ihren jeweiligen Industrien. Mit unserer Ingenieurkompetenz ermöglichen wir unseren Kunden, Vorteile im weltweiten Wettbewerb zu erzielen sowie innovative Produkte wirtschaftlich und ressourcenschonend herzustellen. Unsere Technologien und Innovationen sind der Schlüssel, um die vielfältigen Kunden- und Marktbedürfnisse weltweit zu erfüllen, auf den Zukunftsmärkten zu wachsen sowie hohe und stabile Ergebnis-, Cash- und Wertbeiträge zu erwirtschaften.