



Podcast – Belfius Insights

Uitgeschreven versie van de Podcast (05-07-2022)

Zoom op de metaverse

Sinds Facebook zijn naam veranderde naar Meta heeft iedereen het over de metaverse. In deze 3D-voorstelling van het internet kan je met andere gebruikers gamen, concerten bijwonen, vergaderen, winkelen... De echte wereld en de virtuele wereld versmelten. In de metaverse loop je namelijk rond als 'avatar', een digitale versie van jezelf. Mark Zuckerberg noemt het terecht een 'belichaamd internet'. Blijft het een fenomeen voor gamers en computerfanaten of zal dit aanslaan bij de brede bevolking? Véronique Goossens vertelt ons er meer over.

Vandaag zien we vooral toepassingen van de metaverse in de gamewereld maar je kan al veel meer doen dan enkel spelen. Populaire games zoals Fortnite en Roblox slaan de brug naar andere vormen van entertainment, zoals muziek. En bekende merken zoals Nike en Ferrari maken er reclame of stellen er hun nieuwe modellen voor. Metaverse is eigenlijk de volgende fase van het internet. In de eerste fase, Web 1.0, surfden we online via onze PC of laptop. Met de opkomst van de smartphone kwam Web 2.0, de mobiele versie van het internet, en spendeerden we steeds meer tijd op sociale media. De manier waarop we het internet gebruikten, veranderde drastisch en door de apps kwamen er nieuwe producten, diensten en bedrijfsmodellen. Web 3.0 heeft met de metaverse het potentieel om hetzelfde te doen.

Tijdens de COVID-19 pandemie werd overigens duidelijk dat technologie een steeds grotere rol speelt in ons dagelijkse leven. Werken, les volgen, kopen, ontspannen... Het gebeurt allemaal online. Experts spreken over de 'techceleration': de digitale revolutie is door COVID-19 in een klap zeven jaar vooruitgesprongen. Er is geen reden waarom we in de toekomst minder tijd online zullen doorbrengen. De digitalisering van de economie en ons leven gaat alleen maar toeneemen en de metaverse zal daarin centraal staan.

Via headsets naar een andere wereld

Een groot deel van de technologie die aan de basis ligt van de metaverse bestaat en gebruiken we nu al. Denk maar aan VR (Virtual Reality), AR (Augmented Reality), 4G, 5G en blockchain. Er komen steeds meer modellen van VR-headsets op de markt en die worden goedkoper. De Quest 2 van Meta (Facebook) kost nu 299 dollar maar in de toekomst zullen VR-brillen in prijs zakken en er aantrekkelijker uitzien. Zo zullen ze een groter publiek aanspreken. Er wordt bovendien gefluisterd dat Apple nog voor het einde van

dit jaar met een eigen VR/AR-headset op de proppen komt.

Geld verdienen in de metaverse

Voor merken en retailers heeft de metaverse een enorm potentieel als advertentiekanaal. Heel wat modehuizen werken nu al aan hun naambekendheid in de metaverse door reclame te maken in de populairste games. Ze mikken op een jong publiek van gamers (de 'gen Z') dat moeilijk te bereiken is via de traditionele reclamekanalen zoals TV en pers. Experts verwachten dat de in-game advertentiemarkt zal verdrievoudigen in volume tegen 2027. Naast het aanprijzen van hun producten, gaan steeds meer bedrijven virtueel land kopen met de bedoeling een metaverse-webshop te openen. Die combineert de voordelen van e-commerce en het ouderwetse shoppen in de fysieke winkel. In plaats van een winkel te hebben in elke belangrijke winkelstraat kunnen grote merken een virtuele winkel bouwen in de metaverse waar iedereen, om het even waar en wanneer, kan winkelen. Zo heeft Carrefour land gekocht in The Sandbox, een virtuele gamewereld. De Franse supermarktketen heeft nog geen concrete projecten maar kan op die manier van op de eerste rij zien hoe winkelen en consumeren zich gaat ontwikkelen in de metaverse. Naast reclame maken en verkopen, zullen bedrijven in de toekomst de metaverse gebruiken om te vergaderen, personeel aan te werven en op te leiden. Ook de voordelen om industriële producten uit te testen in de metaverse zijn enorm. Siemens, Peugeot en Audi behoren tot de early adopters van industriële VR-training. De mogelijkheid om het ontwerp en de kenmerken van een nieuw product in real time te veranderen in VR spaart zowel tijd als grondstoffen uit.

Verre toekomst of zeer nabij?

Vandaag zijn er al heel wat kleine metaverses maar een volledig interconnecteerde metaver-

se is er voorlopig nog niet. Zo kan je nog niet met dezelfde avatar van het ene naar het andere platform surfen. Het ontbrekende stukje van de puzzel is het samenbrengen van alle metaverse-bouwstenen die door verschillende bedrijven en makers worden gemaakt. In de toekomst kan je waarschijnlijk met elk toestel naar de metaverse surfen: VR-headsets, smartphones, tablets, PC of laptop. In dat geval kan de metaverse uitgroeien tot een industrie die duizenden miljarden dollars waard is. Maar er is nog werk aan de winkel om dat niveau te bereiken. De komende jaren zullen er enorme investeringen nodig zijn in rekenkracht, opslag, netwerkinfrastructuur, hardware voor consumenten en game platforms. De metaverse is de toekomst. Hoe nabij die toekomst is, hangt vooral af van technologische ontwikkelingen.