

Geleitwort

Innovationen mit existierenden Technologien in bestehenden Märkten finden dann ihren Durchbruch, wenn neue technologische Schübe wirtschaftlich attraktiver Lösungen auf aufnahmebereite Märkte treffen. Im Falle nutzerfokussierter Technologien wie Augmented Reality treiben die Erwartungen und Wünsche der Anwendenden das Engagement für nachhaltige Investitionen und Anwendungsentwicklungen.

Dieses Buch zeigt eindrucklich, dass Augmented Reality nicht auf eine ewig unvollkommene, visuelle Technologie als Spielfeld weniger computeraffiner Nerds reduziert werden darf. Es geht um die Verschränkung der realen und der Computergenerierten Welten zu einer neuen und faszinierenden realvirtuellen Erfahrung. Aus der Fusion von allgegenwärtigen Sensor-Aktor-Netzwerken und gemeinsam genutzten virtuellen Online-Welten entstehen persönliche, multisinnliche und interaktive Erlebnisse. Oder, um es mit René Magritte's kongenialer Interpretation zu Platons Höhlengleichnis in seinem Bild „La condition humaine“ (1935) zu sagen „Und so sehen wir die Welt: Wir sehen sie als etwas außerhalb von uns Befindliches, obwohl sie nur eine geistige Darstellung dessen ist, was wir in uns erleben“.

Die Chancen und Risiken der Augmented Reality sind grenzenlos. Die Raum- und Zeiterfahrungen des Menschen lassen sich um künstliche Sinne und neue Identitäten erweitern. Klassische Mensch-Maschine-Schnittstellen werden verschwinden und durch Sprache und Gesten oder weitergedacht durch Human Augmentation-Systeme ersetzt. Die pro-aktive Mitgestaltung und AR-Kompetenz angesichts dieser erweiterten Realitäten ist die unabdingbare Voraussetzung für humane Zukunftsaussichten.

Auf den Schultern der AR-Visionen und Erfahrungen der Vergangenheit stehend fällt es gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungen wesentlich leichter in ihrem aktuellen Kontext weiter zu sehen und erfolgreich Zukunft zu gestalten. Vor diesem Hintergrund ist das nunmehr in dritter Auflage vorliegende integrative Lehr- und Praxisbuch für Technologen und Ökonomen von unschätzbarem Wert.

Dr. Michael Klein
Geschäftsführender Direktor des
„INM-Institut für Neue Medien“, Frankfurt/Main

