



# TRACK TO THE «METAVERSE» @Swisscom

Panajot Jelev

4. Juli 2023





Wer ist Pana.





## Pana.

- Im ersten Leben bei Swisscom den Web 2.0 Bereich aufgebaut.

### Heute:

- Hauptberuflich Lead Marketing Innovation Lab.
- Seit Mai 22 auch Metaverse & Web 3.0 Champion B2C.





# AGENDA

1. Hintergrund
2. Usecases @Swisscom
3. Fazit & Ausblick
4. Q&A



# Unser Vorgehen

Swisscom beschäftigt sich seit Anfang 2022 aktiv mit dem Thema Metaverse.

1

## 1. Erste Swisscom Definition «Metaverse» und Scope

Wichtig: Eine **allgemein gültige Definition des Metaverse gibt es noch nicht**. Unsere Swisscom Definition: Das Metaverse ist eine **möglichst realistische Abbildung der Welt** (Digital Twins) mit **digitalen, handelbaren Besitztümern** auf Basis von Blockchain und NFTs. Es ist heute primär eine Vision für das immersive Internet der Zukunft mit sehr langfristigem Charakter > 10 Jahre.

## 2. Scope

Für uns sind **folgende Bausteine & Technologien Teil des Metaverse**: Virtuelle Welten, VR/AR/MR, Spatial Computing, Blockchain, NFTs, Generative AI und Infrastruktur & Connectivity.

## 3. Definition «Plattformen»

Es gibt verschiedene Metaversen, die im allgemeinen als Plattformen bezeichnet werden. So gibt es **offene Metaverses** aber auch **geschlossene, Web 2.0** (z.B. Roblox, Minecraft) basierte und auch **Web 3.0** (Decentraland, Sandbox) basierte Metaverses. Für uns sind alle Arten relevant.

## 4. Strategie und Vorgehen

Um Chancen zu identifizieren und in einem ersten Schritt Learnings und Erfahrungen zu generieren, haben wir uns für den **iterativen und explorativen Ansatz** mit **Fokus auf den Bereich „Marke und Marketing“** entschieden. Sollte sich in Zukunft der breite Massenmarkt fürs Metaverse auftun, so haben wir unsere Konzepte schon bereit und erlangen so vor Mitbewerbern einen Wettbewerbsvorteil.



# Trailer Swisscom Metaverse Usecases

2

Metaverse Usecases



# Metaverse Usecases @Swisscom:

3 Beispiele zur Generierung von Marketing- und Lerneffekten.

## Swisscom Virtual Space



### Beschrieb

- Virt. Swisscom Space als POC auf Basis von bestehenden Whitelabel-Lösungen entwickelt
- Space ist nicht öffentlich zugänglich
- Themenbereiche für POC: HR, Collab, Retail und Care & Culture.

### Learnings

- VR Raum baut Vorurteile ab, inspiriert und macht «das Metaverse» erlebbar
- V.a. der Collaboration-Usecase hat überzeugt
- Grosses Interesse von B2B an VR-Space-Lösung.

## Virtuelle Konzerte mit Energy Schweiz



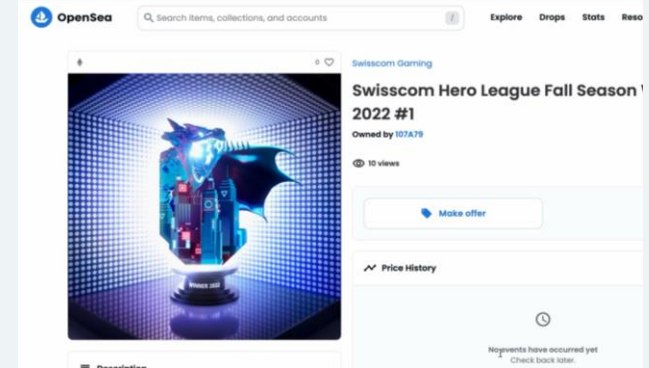
### Beschrieb

- Energy Schweiz eröffnet den neusten Standort «Energy Metaverse» und wir sind mit einer Swisscom Lounge auch dabei.
- Umsetzung einer virtuellen Konzertreihe mit Sessions inkl. NFT-Mints.
- Ticketverlosungen im Metaverse und Live-Schaltung ins Metaverse Studio am Energy Air.

### Learnings

- Metaverse Konzerte bauen auf bestehendem Musik-Engagement der Swisscom auf – Energy CH Partnerschaft sinnvoll
- Decentraland stösst als Plattform an Grenzen – nur 100 Teilnehmer pro Server, totale Userzahlen gering, tiefe Moderationsmöglichkeiten.

## Swisscom Hero League NFT



### Beschrieb

- Zusätzlich zum physischen Pokal erhalten die 20 Sieger der Swisscom Hero League auch einen digitalen Pokal als NFT.
- Der NFT hat neben seinem Prestige und Sammlerwert keine weiteren Utilities, respektive Verpflichtungen von Swisscom gegenüber dem Inhaber.

### Learnings

- Swisscom hat intern Skills um NFTs zu minten
- NFT brauchen klaren Nutzen bzw. Utility
- Inkrementeller Ansatz bewährt: Zielbild könnte sein, dass wir unser Loyalty-Programm in Richtung token-gated Programm weiterentwickeln.

# Learnings aus bisherigen Metaverse-Aktivitäten

Swisscom mit zahlreichen Capabilities bez. Metaverse – aber auch Optimierungspotential.

3

Fazit & Ausblick

Learnings  
aus Use  
Cases

- **Explorativer Ansatz hat sich bewährt:** Grundlagenwissen & Steigerung Brand-Awareness
- **Partnerschaften zentral** für erfolgreiche Pilotprojekte
- Metaverse eignet sich hervorragend um uns als **Pionier zu positionieren**
- Es braucht **klares Commitment** um aufs nächste Level zu kommen

Weitere  
Aspekte

- **Interesse** am MV auch bei **B2B Kunden**
- **Erarbeitung Strategische Metaverse-Grundlagen** wird immer wichtiger

Fazit

Auch wenn es **noch keine allgemein gültige Definition** des «Metaverse» gibt, ist man sich über alle Managementstufen und Geschäftsbereichen hinweg einig, dass das Metaverse, in welcher Form auch immer, einen **Impact auf unser Geschäftsmodell** haben wird und wir entsprechend das Thema weiter „erforschen“. wollen.



# Erste Beispiele von potentiellen Metaverse Usecases fürs 2023

Wir machen uns und unsere Kunden/die Schweiz Metaverse ready.

WIP

3

Fazit & Ausblick

## 1 AR/VR Cinema Arcades



Erweiterung Entertainmentangebot mit moderner VR-Spielen und Arcades

### Beschrieb

- Kompetitive und kooperative VR-Spiele lassen Jung & Alt in virtuelle Welten eintauchen.
- Eine temporäre oder permanente Installation mit mobile VR-Technologie der neusten Generation ermöglichen soziales Spielen, E-Sport-Turniere oder Team-Events
- Umsetzung eigener Swisscom VR-Spielwelt
- Zusätzlicher Point of Sales für Swisscom blue Entertainment (z.B. VR Devices)
- (z.B. VR Devices)

### Umsetzungsdauer

- 4-6 Monate

## 2 Swisscom Hero City



Eine innovative & interaktive Metaverse Welt mit crossmedialer Aktivierung

### Beschrieb

- Mit der Veröffentlichung von Fortnite Creative 2.0 im März 2023 erschafft der Publisher ein frei zugängliches Metaverse in state-of-the-art Graphik mit der Unreal Engine.
- Reichweite massiv grösser als auf Web 3.0 Metaverse Plattformen.
- Untersch. Aktivierungen geplant, von Gaming Challenge bis hin zu Employer Branding.

### Umsetzungsdauer

- 4-6 Monate

## 3 Swisscom Metaverse Dome



Sport Live Experience im Metaverse

### Beschrieb

- Abbildung eines Stadion im Metaverse
- 360° VR Live Übertragung die aber auch ohne VR erlebbar ist
- Exklusive Perspektiven können vom Player selbst gewählt werden
- Interaktives Community Erlebnis dank 5G
- Wir bringen Stadion-Atmosphäre ins Metaverse

### Umsetzungsdauer

- 4-6 Monate



### Idea Backlog

- VR/AR Experience Lab – Ein Heimathafen wo VR/AR erlebt werden kann
- Swisscom VR Space 2.0 - Eine automatisierte Tour von SAM durch unseren Swisscom VR Space
- Swisscom Meta Academy - Erweiterung Academy Angebot mit VR-Experiences und Kursen
- MR Headsets in Shops



DANK  
DANKKE  
DANKKE

# Q&A

DANKKE  
DANKKE  
DANKKE