

Welcome to

UDG Executive Lounge

München, 16. Oktober 2025





First Things First:

Danke



**für die innovative Zusammenarbeit
und für die Bereitstellung des ADC
für unser heutiges Event.**

Isabelle Joswig | Google Germany
Market Consultant
Inklusionsbeauftragte

Key Note





UDG & Google Executive Lounge

Für alle entwickelt: Innovation durch Barrierefreiheit

Isabelle Joswig
21.05.2025

Präsentation wurde zuletzt gespeichert: Gerade eben



Isabelle Joswig

Market Consultant Germany | Inclusion Officer
Program Lead Accessibility Discovery Center Munich

Disability affects everyone

7.7B

Everyone

Situational

70% of Gen Z have captions on all the time ³

Allies

Family members

85% of FB videos are watched without sound ⁴

Friends

80% of Netflix members regularly use captions ⁵

Supporters

Non-identified

15% of world's population are neurodiverse ²

Temporary disabilities

Identified

1.3B+ ¹

16% of the world's population has a permanent disability ¹

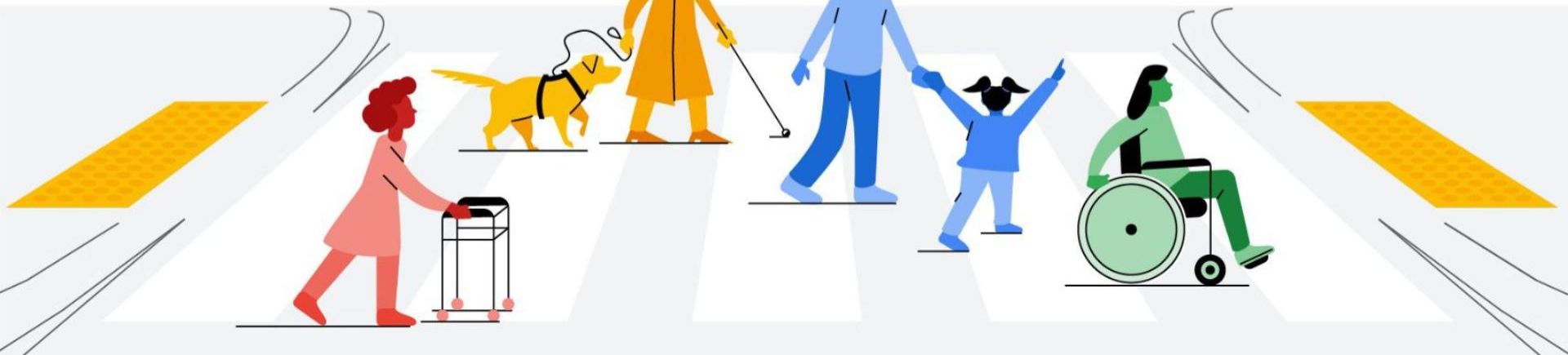
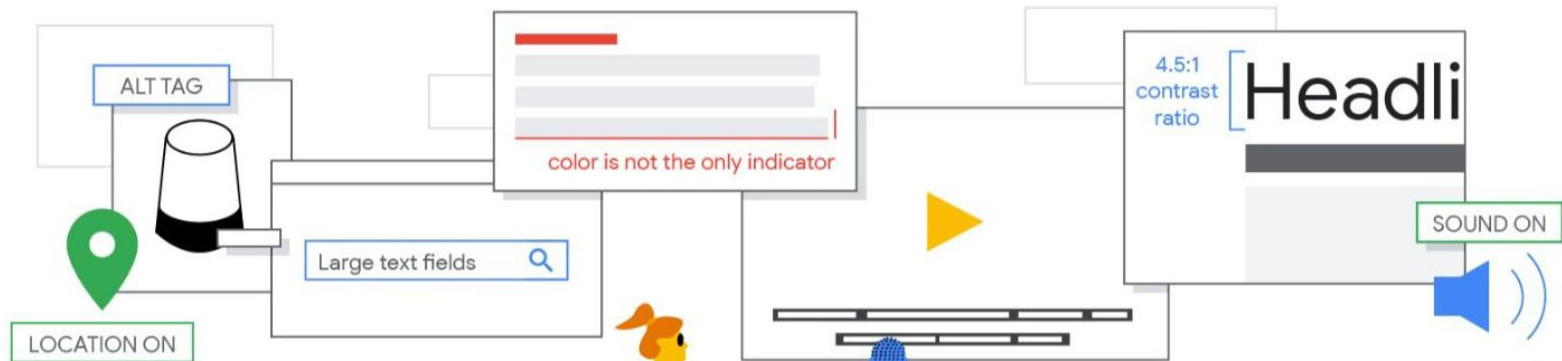


Google's Mission

Our mission is to **organize** the
world's **information** and make it
universally accessible and **useful**.

↑
Accessibility is built in!

The Curb cut effect



Example:

Email

Invented by Vint Cerf as a key feature of ARPANET, largely influenced by his own hearing impairment and reliance on written communication



About the Accessibility Discovery Center Munich

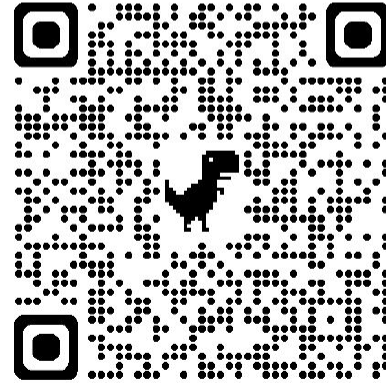
WHAT

The ADC is a place to introduce inclusive design, discuss how technology, when co-designed, can positively impact the lives of people with disabilities, and to demonstrate tools built with this in mind.



Thank you!

Keep in touch!



Uwe Todoroff | UDG
CX Lead

Die Agentursicht



BITV 2.0 und BfSG letzteres seit 28.06. Pflicht



B2B
or not
B2B



Vorteile eines barrierefreien Produkts



Größere Zielgruppe

Bessere Usability und UX.

Bessere SEO Performance

Keine Klagen

Mehr Bewerber*innen

Besseres Image für das Unternehmen

Einnahmen durch Barrierefreiheit steigern



Tägliche Seitenbesucher*innen	10.000
Tage im Jahr	365
Durchschnittliche Conversion-Rate	2,5%
Durchschnittlicher Warenkorbwert	50€
Kund*innen mit Behinderung, welche die Seite wegen fehlender Barrierefreiheit verlassen	5%
Umsatzverlust einer nicht-barrierefreien Website pro Jahr	228.125,00€

Neustes Vorteil eines barrierefreien Produkts



**Bessere GEO = stärkere Präsenz in KI
generierten Antworten**



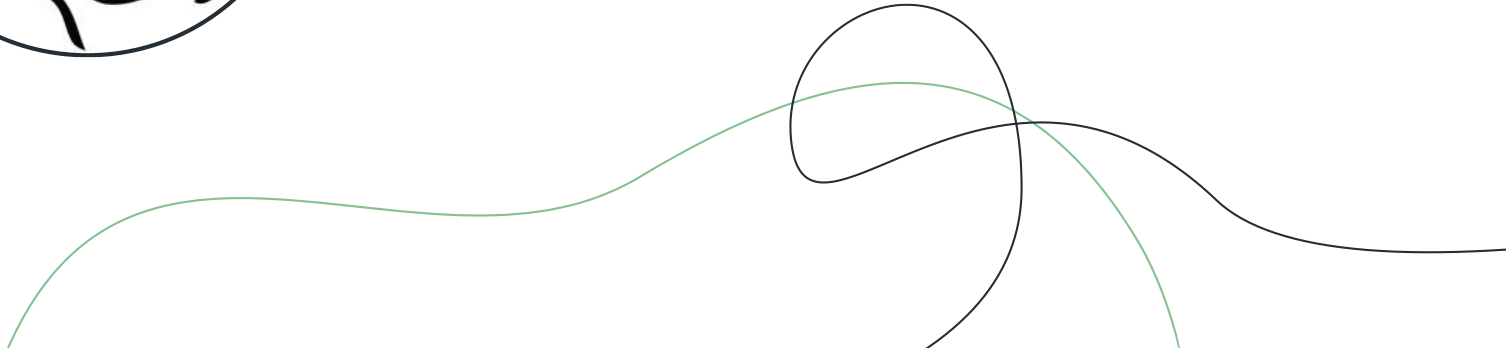
Wer überwacht?

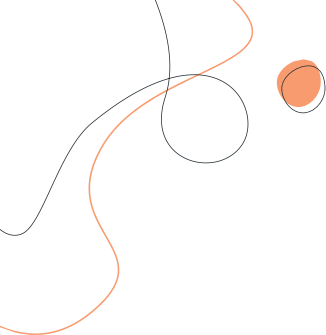
**Marktüberwachungsstelle der Länder
für die Barrierefreiheit von Produkten
und Dienstleistungen
(MLBF)**

Wie verhalten sich unsere Kunden



**Wann sollte ich mit
Barrierefreiheit starten?**





Barrierefreiheit ist von Anfang an dabei!

Planung

Konzeption

Design & Content

Entwicklung

Testing

**Eine Person
muss brennen**



Professionelle Unterstützung als Startpunkt



Commitment



**„Accessibility ist wie Jonglieren,
es geht schief wenn wir die Bälle
nur einmal in die Luft werfen.“**

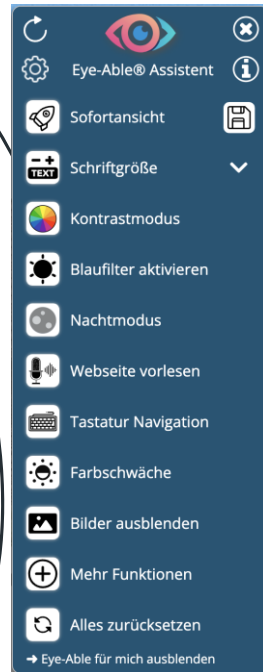
– Timo Tauchnitz (Specialist UX & Inclusive Design)

Unser Überzeugung

Barrierefreiheit muss als integraler Bestandteil eines Projektes von Anfang an integriert und über alle Gewerke hinweg mitgedacht werden.

Overlays machen deine Seite NICHT barrierefrei!

Zumindest nicht alleine.



Danke!

Josef Plötz | Stiftung Pfennigparade e.V.
Berater digitale Barrierefreiheit

Ein Anwenderbeispiel



Josef Plötz

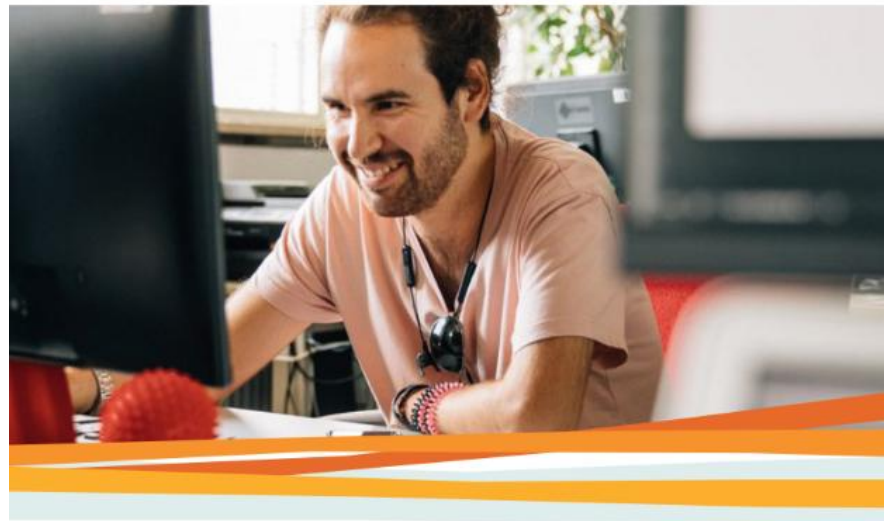
- Web Accessibility Specialist (IAAP)
- In der Pfennigparade seit mehr als 25 Jahren
- Beratung und Test auf digitale Barrierefreiheit seit mehr als 15 Jahren



<https://www.linkedin.com/in/josef-pl%C3%B6tz-3a14081a0/>



- Werkstatt für Menschen mit Behinderungen (WfbM)
 - Menschen, die aufgrund ihrer Behinderung nicht auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt beschäftigt werden
- Privatwirtschaftlicher Träger in München
- Rund 650 Menschen mit Behinderungen in mehr als 30 Berufsfeldern
 - Vom Künstler über Logistiker bis hin zum IT-Experten



**Chancen
entstehen,
indem man sie
herbeiführt.**

Ziel barrierefreier IT

- Zugänglichkeit schaffen
 - Für alle Nutzenden
 - permanent, vorübergehend oder situativ eingeschränkt
 - Unabhängig von der Situation
 - am Arbeitsplatz oder unterwegs
 - Unabhängig von dem Gerät
 - ob großer Bildschirm, Smartphone oder spezielles Hilfsmittel



Ursachen von Einschränkungen

Dauerhafte Einschränkungen

3 Prozent

97 Prozent

angeborene
Behinderung

erworbene Behinderungen: (Sport-)Unfall, Krankheit, ...

Altersbedingte Behinderungen: Altersweitsichtigkeit, Arthritis, Schwerhörigkeit, ...

Situative Einschränkung: Lichtverhältnisse,
Kinderwagen, U-Bahn, ...

Vorübergehende Einschränkung:
Halsentzündung, gebrochener Arm, ...

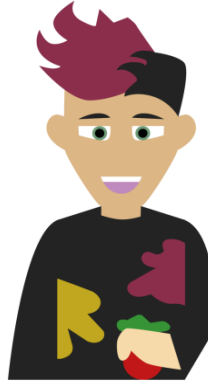
Einschränkungen anhand von Persona



Sehen



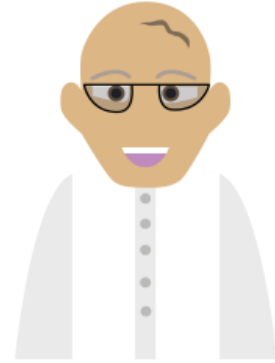
Hören



Bewegen



Sehen



Verstehen



Sprechen

Userstory - Ticket-Kauf



Jan Bezold | Conrad Electronic SE
Digital Product Management

Ein Projektbeispiel



Conrad Electronic Use Case Accessibility

Jan Bezold
16. Oktober 2025

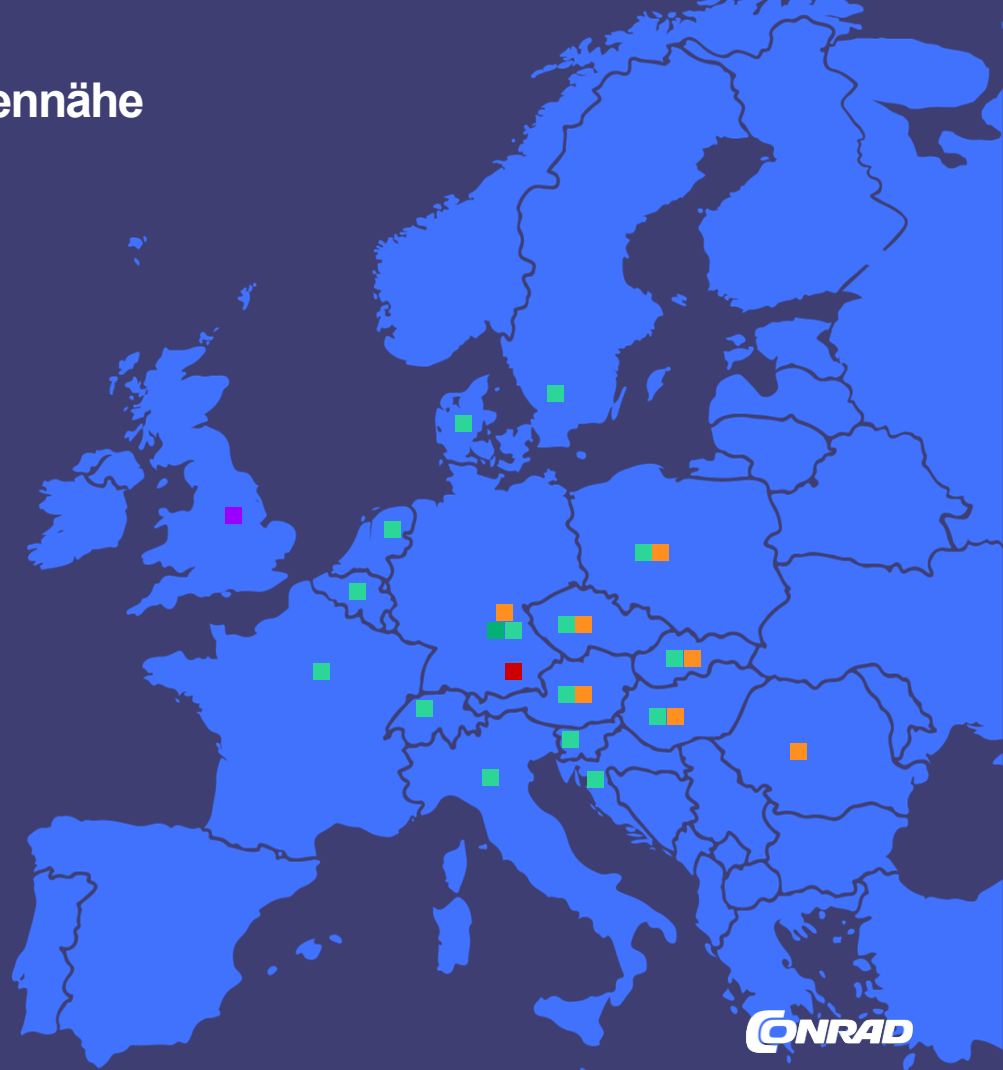


Die Conrad Group in Zahlen

- 2.300 Mitarbeitende
- Über 1 Mrd. € Umsatz p. a. (über 80% B2B-Anteil am Umsatz)
- 21 Mio. Kund*innen weltweit (85Mio Visits / Jahr auf conrad.de | 200Mio Visits / Jahr in allen Shops)
- Über 10 Mio. Produktangebote (DE)
- Über 6.000 Marken
- Über 11 Mio. Sendungen/Jahr
- Marktplatz in DE, AT, NL, IT, FR

International aufgestellt für mehr Kundennähe

- **Conrad Electronic**
Beschaffungsplattform
- **Rapid Electronics Limited**
Partner für Low-Volume Distribution
- **SOS electronic Europe**
Partner für High-Volume Distribution
- **RE-INvent Retail GmbH**
Multi-Shop Online Pure Player
- **Electronic Direct GmbH**
Partner für Sonderbeschaffung



Unsere Fokusthemen



Forschung & Entwicklung

„Gerade für meinen Prototypenbau brauche ich einen innovativen Partner, der meinen Entwicklungsprozess begleitet und vereinfacht.“



Beschaffung & Einkauf

„Ich zähle auf konstant gute Qualität und Service. Auf einen Einkaufsprozess, der einfach ist und meine Kosten reduziert.“



Wartung & Instandhaltung

„Ich will alle Produkte einfach und schnell finden. Bei einem zuverlässigen Partner, der meine Prozesskosten minimiert.“



Education

„Personalisierte Lösungen für meine Bildungseinrichtungen zu finden ist essentiell. Fachberatung ist dabei für mich das A und O.“

- > [Company](#)
- > [People](#)
- > [Process](#)
- > [Product](#)
- > [Research & Design](#)
 - > [Design \(R&D\)](#)
 - [Estimation \(DE\)](#)
 - > [Design Critique \(DE\)](#)
 - > [Design System \(DE\)](#)
 - > [Design Language \(DE\)](#)
 - > [Accessibility \(DE\)](#)
 - | • [Accessibility Review by PIA UDG](#)
 - [Accessibility Milestones HB#6](#)
 - [Accessibility Audit by LevelLevel June ...](#)
- > [Research \(R&D\)](#)
- > [Learning & Development \(R&D\)](#)
- > [Analytics & Experimentation](#)
- > [SEO](#)
- [Untitled](#) DRAFT
- + [Create](#)
- [Calendars](#)
- [Space apps](#)
 - [Document Report](#)
 - [Comala Document Management](#)
 - [draw.io Diagrams](#)

Accessibility Review by PIA UDG

By Nico Santangelo 18 min 20 [Add a reaction](#) [Add Workflow](#)

November 2023)

Teams impacted: [\(A&R, FIND, BUY\)](#)

[FUSIONIZE](#) [MDM & SEO](#) [A&R](#) [ALL TEAMS](#)

There are 20 Findings listed by severity level...

HIGH

WHAT ARE HIGH PRIORITY ITEMS?

- Zoom is not allowed
- Missing skip link
- Missing or insufficient focus indicator
- Missing or incorrect tab index
- No correct semantics of controls
- Controls without accessible names

2.4.1 Bypass Blocks

[ALL TEAMS](#)

[Understanding 2.4.1](#)

A mechanism is available to bypass content blocks repeated on multiple Web pages.

Techniques

Update Process	REQUEST
Update Status	UPDATED
Role	<i>inherited</i>
Maintainer	<i>inherited</i>

On this page

- [November 2023\)](#)
- [Teams impacted: \(A&R, FIND, BUY\)](#)
- [There are 20 Findings listed by severity level...](#)
- [HIGH](#)
 - [2.4.1 Bypass Blocks](#)
 - [Techniques](#)
 - [1\) Missing skip link](#)
 - [2.4.7 Focus Visible](#)
 - [Techniques](#)
 - [2\) Missing or insufficient focus indicator](#)
 - [2.4.3 Focus Order](#)
 - [Techniques](#)
 - [3\) Missing or incorrect tab index](#)
 - [4.1.2 Name, Role, Value](#)
 - [Understanding 4.1.2](#)
 - [Techniques](#)
 - [4\) No correct semantics of controls](#)
 - [5\) Controls without accessible names](#)

Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz, BFGV



- Missing skip link
- Focus Visible
- Focus Order
- No correct semantics of controls
- Controls without accessible names
- Insufficient Alt text
- Videos do not have subtitles or audio description
- Use Aria labels
- Zoom is not allowed
- Missing or insufficient landmarks
- Contrasts too low
- Text in images
- Unpausable Videos
- HTML structural elements for lists & tables are missing
- Target size of buttons not sufficient
- Tiles no longer readable at 200% zoom
- etc.

ns not sufficient#
dable at 200% zoom

Organisation

2.4.3 Focus Order

Understanding 2.4.3

If a Web page can be navigated sequentially and the navigati focus in an order that preserves meaning and operability.

Techniques

<https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/focus-order>

3) Missing or incorrect tab index

It is important to ensure that the order in which interactive ele that invisible or hidden elements are not focused unless speci “back to top” button cannot be accessed via keyboard. The s and is therefore not accessible.

The teasers get a focus twice for the same link, this could be further back in the order than the triggering element.

Recommendation

- Each interactive element must be included in the tab orde for example, by using a negative tab index. When “tabind regardless of its visibility or position on the web page.



4.1.2 Name, Role, Value

3.2.4.		Increase order automation rate PMC from 62% to 65%	Order API-Endpoint	Birgit	May 2025	June 2025	Delayed due to other topics DFD 11.07.2025	Delayed
3.3.1	We win over customers by helping them find the right products the quickest way possible.	Increase 'Add-To-Cart'-Rate from PDP 6,41% to 8.00%	Technical PDP on OCI Shop	Vanessa	July	August		On Track
		Increase 'Add-To-Cart'-Rate from PDP 6,41% to 8.00%	Variants on PDP	Vanessa	July	Q3		On Track
Legal								
4.1.1	European Accessibility Act (Barrierefreiheits stärkungsgesetz)	Milestones to be min. compliant by 06/2025	Focus order, focus visibility, labels, alt texts ...	Armin	Oct 2024	June 2025	Activities stopped in HB5, re-activated in HB6	Delayed
4.2.1	Legal	Digital Service Act	DSA - Automated notification in EU transparency DB	Dirk	Jan 25	Jul 25 (May 25)		Delayed
Team Initiatives								
5.1.1	Open ID	Switch customer authentication from USER to Cidaas	Implement Login/Register pages	Mathilde	Sep 24	July 25		Delayed
5.4.1	Most Accurate Offer Data on External Marketplaces	Offer Data is consumed from the Aiven Kafka	Migration to the new Offer Data Consumer Process	Markus	Feb-25 18.04 20.05 16.06 5200 -AT 1000-DE	Already active for VKORGs 5100 - FR 5400 - NL 5650 - IT 5410 - BE 5850 - CZ		Completed
5.5.1	Migration from TAC to TMC	All Talent Jobs running on new environment	Migration to Talent 8 and TMC	Markus		Q1/25 18.04	DLQ testing on nonprod systems	Completed

Über Conrad

- Unternehmen >
- Karriere >
- Presse >

Rechtliches

- Allgemeine Geschäftsbedingungen >
- Datenschutzerklärung >
- Datenschutzerklärung Social Media >
- Hinweisgeberstellen >
- Impressum >
- Social Media Netiquette >
- Widerrufsbelehrung >
- Nutzungsbedingungen für Geschäftskunden >
- [Erklärung zur Barrierefreiheit](#)

Qualität

- Vulnerability Disclosure Program >

Erklärung zur Barrierefreiheit

Conrad Electronic SE ist bestrebt, eine digitale Umgebung zu schaffen, die für alle Menschen zugänglich ist, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten oder den von ihnen genutzten Technologien. Wir sind uns bewusst, dass digitale Barrierefreiheit eine grundlegende Voraussetzung für die gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ist und arbeiten kontinuierlich daran, unsere Website für jedermann nutzbar zu machen.

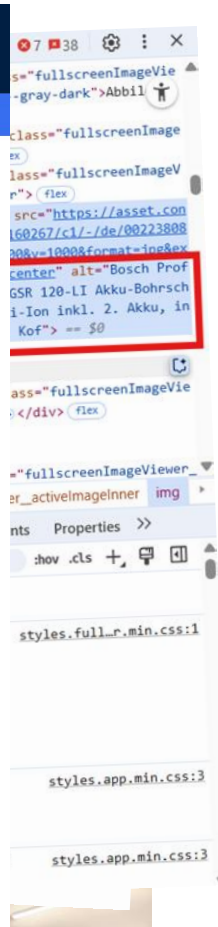
Unser Engagement für Barrierefreiheit

Im Einklang mit den Bestimmungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG) und den Empfehlungen der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 verfolgen wir einen proaktiven Ansatz zur digitalen Barrierefreiheit. Unser Ziel ist es, eine inklusive Online-Erfahrung zu bieten, die den Anforderungen der Benutzer mit Behinderungen gerecht wird und die folgenden Grundsätze berücksichtigt:

- **Wahrnehmbarkeit:** Informationen und Benutzeroberflächen - Elemente müssen für alle Nutzer wahrnehmbar sein. Dies beinhaltet die Bereitstellung von Textalternativen für nicht-textliche Inhalte, Untertiteln und Audiodeskriptionen für Medien sowie eine klare und kontrastreiche Darstellung von Inhalten.
- **Bedienbarkeit:** Benutzeroberfläche, Komponenten und Navigation müssen bedienbar sein. Wir legen Wert auf Tastaturbedienbarkeit, ausreichend Zeit zur Interaktion und eine intuitive Navigation.
- **Verständlichkeit:** Informationen und die Bedienung der Benutzeroberfläche müssen verständlich sein. Dies umfasst eine lesbare und einfache Sprache, eine vorhersehbare und konsistente Gestaltung sowie Hilfestellungen bei Fehleingaben.
- **Robustheit:** Inhalte müssen robust genug sein, damit sie von einer breiten Palette von Benutzeragenten, einschließlich assistierender Technologien, zuverlässig interpretiert werden können. Wir achten auf eine standardkonforme Implementierung und Kompatibilität mit gängigen Bildschirmleseprogrammen und anderen Hilfsmitteln.

Umgesetzte Maßnahmen und laufende Bemühungen

Um die Barrierefreiheit unserer Website zu gewährleisten und kontinuierlich zu verbessern, haben wir unter anderem folgende Maßnahmen



Über Conrad

Unternehmen

Karriere

Presse

Rechtliches

Allgemeine Geschäftsbedingu

Datenschutzerklärung

Datenschutzerklärung Social M

Hinweisgeberstellen

Impressum

Social Media Netiquette

Widerrufsbelehrung

Nutzungsbedingungen für
Geschäftskunden

[Erklärung zur Barrierefreiheit](#)

Qualität

Vulnerability Disclosure Program



unabhängig von ihren
rierefreiheit eine grundlegende
daran, unsere Website für

er Web Content Accessibility
ne inklusive Online-Erfahrung zu
berücksichtigt:

ar sein. Dies beinhaltet die
en sowie eine klare und

auf Tastaturbedienbarkeit.

umfasst eine lesbare und

inschließlich assistierender
erung und Kompatibilität mit

Um die Barrierefreiheit unserer Website zu gewährleisten und kontinuierlich zu verbessern, haben wir unter anderem folgende Maßnahmen

```

s="fullscreenImageVie
-gray-dark">Abbil
class="fullscreenImage
ex
class="fullscreenImageV
r"> (flex)
src="https://asset.con
60267/c1/-/de/00223808
00&v=1000&format=jpeg
center" alt="Bosch Prof
GSR 120-Li Akku-Bohrsch
i-Ion inkl. 2. Akku, in
Kof"> == $0
class="fullscreenImageVie
</div> (flex)
="fullscreenImageVie
er_activeImageInner img
nts Properties >>
show cls +,
styles.full_r.min.css:1
styles.app.min.css:3
styles.app.min.css:3

```

Audit results

4

 [Accessibility Audit Webshop Conrad Electronic \(Confidential\).pdf](#)

Principle	Success criteria Level A	Success criteria Level <u>AA</u>
1. Perceivable	5 of 9	5 of 11
2. Operable	7 of 14	1 of 3
3. Understandable	3 of 5	4 of 5
4. Robust	1 of 2	0 of 1
Total	16 of 30	10 of 20

Overview List

Found issues:

- **Critical:** 49 issues
- **High:** 105 issues
- **Medium:** 65 issues
- **Low:** 14 issues

Audit results

4

 Accessibility Audit Website

- Principle
- 1. Perceivable
- 2. Operable
- 3. Understandable
- 4. Robust
- Total

Overview List

Found issues:

- **Critical:** 49 issues
- **High:** 105 issues
- **Medium:** 65 issues
- **Low:** 14 issues



IAA

Aber..

Die besten Gründe für eine barrierefreie Website (EAA/BFSGV)

- Erschließung eines riesigen, kaufkräftigen Marktes (Umsatzsteigerung)
- Risikominimierung und Rechtssicherheit (Kostenvermeidung)
- Steigerung der allgemeinen User Experience (UX) und der Conversion-Rate
- Vorteile bei SEO und Technologie (Technische Exzellenz)
- Stärkung der Marke und des Rufs (Employer Branding)

Vielen Dank.



Alle Teile des Erfolgs

Corinna Beyrer | ZIRNGIBL Rechtsanwälte
Rechtsanwältin / Senior Associate

Rechtliche Rahmenbedingungen



Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) -

Compliance-Pflicht?

Wetten, dass mehr dahinter steckt!

16 Oktober 2025

ZIRNGIBL
RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT MBB



BFSG -

Ein kurzer rechtlicher Überblick

ZIRNGIBL

01

Rechtlicher Hintergrund

02

Zielsetzung

03

Betroffenheit & Ausnahmen

04

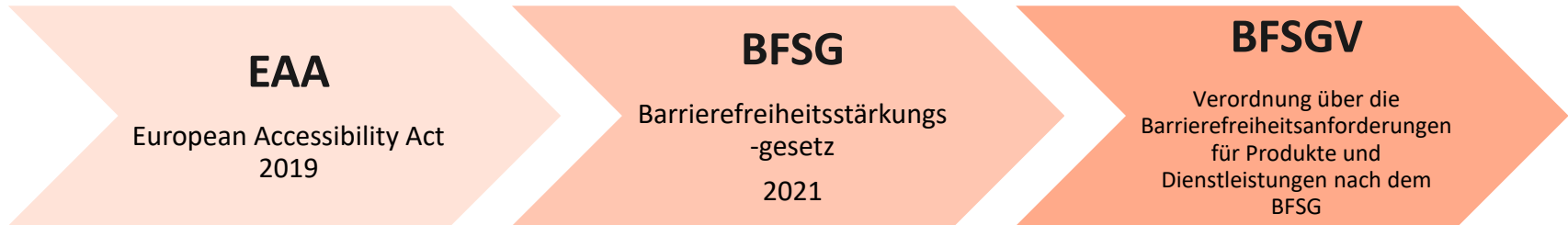
Folgen von Verstößen

05

Wie können wir als Kanzlei unterstützen?

Rechtlicher Hintergrund

Rechtliche Vorgaben für die Barrierefreiheit bestimmter Produkte und Dienstleistungen durch das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.



Handlungsbedarf spätestens seit dem 28. Juni 2025 (Inkrafttreten des BFSG) – OHNE Umsetzungsfrist!

Zielsetzung des BFSG

01

Gewährleistung der Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen

02

Stärkung des Rechts auf Teilhabe am Leben in der Gesellschaft

03

Stärkung der Verbraucherrechte sowie Stärkung und Harmonisierung des Binnenmarktes

Betroffenheit & Ausnahmen



Produkte:

- Hardwaresysteme inkl. Betriebssysteme
- Selbstbedienungsterminals
- Bestimmte Verbraucherendgeräte mit interaktivem Leistungsumfang
- E-Book-Lesegeräte



Dienstleistungen:

- Telekommunikationsdienste
- Bestimmte Elemente von Personenbeförderungsdiensten (z.B. Webseiten, Apps)
- Bankdienstleistungen
- E-Books inkl. Software
- **Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr (Webshops, Kundenportale, Online-Buchungs-Tools)**



Ausnahmen:

- Kleinunternehmen im Dienstleistungsbereich (<10 Mitarbeitende & <2 Mio. € Umsatz)
- Grundlegende Veränderung des Produktes / der Dienstleistung (§ 16 BFSG)
- Unverhältnismäßiger Aufwand (§ 17 BFSG)

Folge von Verstößen

01

Maßnahmen der Marktüberwachungsbehörde

- Fristsetzung zur Herstellung der BFSG-Konformität
- Einschränkung / Untersagung der Bereitstellung des Produktes / der Dienstleistung

02

Bußgelder von bis zu EUR 100.000,00

03

Abmahnung von Wettbewerbern / Interessenvertretungen

Wie können wir als Kanzlei unterstützen?

Akzeptanz im Unternehmen

Schaffung einer fundierten Entscheidungsgrundlage für die Umsetzung der BFGG-Vorgaben. In Ihrem Unternehmen

01

02

GAP-Analyse

Ermittlung des Handlungsbedarfs in Ihrem Unternehmen

Erschließung neuer Kundengruppen / Ermöglichung echter Teilhabe

Nutzung wirtschaftlicher Chancen durch barrierefreie Angebote sowie Förderung gleichberechtigter Nutzung für alle

03

04

Verringerung von Compliance-Risiken

Schutz vor rechtlichen Sanktionen sowie Reputationsverlust

Corinna Beyrer,
LL.M.
Senior Associate
IT- und Datenrecht
c.beyrer@zirngibl.de
+49 89 290 50-233



Christop Ostler | Connected Reality
XR Evangelist

Ein Blick über den Tellerrand



INKLUSION & INNOVATION

KOMMT AN!

BEI DEN ZIELGRUPPEN UND UNTERNEHMEN

 connected reality



CHRISTOPH OSTLER
Inhaber & CEO

Seit 2011

CONNECTED REALITY

CEO & GRÜNDER

First Mover XR-Extended Reality
Consultant, Keynote Speaker



Seit 2024

JOB DIVE - INITIATOR



Seit 2022

VR4KIDS - INITIATOR



Seit 2019

XRB - GRÜNDUNGSMITGLIED



Seit 1999

COACHCOM - CEO

Markenkommunikation/Live



Bis 1990

TUI, AIRCONTI, ABR - CEO

Marketing & Vertrieb

www.vr4kids.de



VR4Kids
Inklusion fördern



GEWINNER 2024



GEWINNER 2024



GEWINNER 2025



PROJEKTE

Beispiel-Projekte: **Erlebnisse**

VR4Kids-Basketball & Rollstuhlbasketball

- Basketball- und Fußball-Training auf dem Trainingsgelände des FC Bayern München mit anderen Kindern, sowie mit der Olympiasiegerin Gesche Schünemann. Als Besucher mit der VR-Brille kann man Entscheidungen treffen und ist Teil des Teams.

VR4Kids-Oktoberfest

- Hier nimmt Felix und Leah (Leah gebärdet) die virtuellen Besucher mit in die Geisterbahn, auf das Riesenrad oder man steht mitten in einen Mandelstand. Und wer es sich traut geht auf die „Scheibe“ auf dem Teufelsrad und lässt sich von einem prall gefüllten Teufelsradzelt feiern.

Beispiel-Projekte: **Trainings**

VR4Kids-Sicher zur Schule, sicher nach Hause

- Perspektivwechsel im echten Szenario. Die Betrachter durch die VR-Brille können an einer gefährlichen Kreuzung die Position eines LKW-Fahrers (LKW Rechtsabbieger Todesfälle) einnehmen oder sich in der Situation einer Straßenüberquerung in die Position des Autofahrers begeben und somit die Sinne für die Gefährlichkeit und Herausforderung schärfen. Auch hier mit Gebärdensprache produziert.

VR4Kids-Rettungswagen

- Trainieren im echten Szenario. Mit der Virtual Reality-Brille erlebt man wie es ist, wenn ein BRK-Krankenwagen kommt, behandelt und abtransportiert wird. Das kann man mit einer VR-Brille hautnah erleben und den BRK-Rettungswagen ausführlich erkunden, als würde man selbst im Rettungswagen liegen.

Beispiel-Projekte: **Coming Next**

VR4Kids-Klinik-Onboarding

VR4Kids-Stadtführung München

VR4Kids-Mobbing

VR4Kids-Keine Angst vor... - Prävention

Berufe

Erlebnisse – Stars, Winter, Weihnachtsmärkte

uvm.



VERTRIEB/NUTZUNG

Auszug: **Vertrieb**

- **Allianz – Events**
- **Partner – Events**
 - Gehörlosenverband
 - Kliniken
 - Netzwerk-Inklusion Deutschland
 - Einrichtungen
 - Schulen
- **Partner – feste Installation**
 - BMW Welt
 - ...
- **Unternehmensbuchungen:**
 - Pro7/Sat1
 - Europäisches Patentamt
 - Mediamarkt
 - Family-Days
 - Messen
 - Freizeitparks
 - Einkaufscenter...
- **uvm**



Sommerfest des Bundespräsidenten 2025



IAA MOBILITY 2025



VR4Kids



BMW WELT 2025

Auszug: **Vertrieb/Kommunikation**

web **AND** school

5 Millionen Abonnenten
Schüler, Schulen, Lehrer, Eltern



MEDIEN



Wiesn TV



dpa



Daniel



Janina



Robert



Nutzung



Radio Gong  UDG



Rhein-Zeitung



Süddeutsche Zeitung



DIE ZEIT

kma
Online

Münchner Merkur

NÜRNBERGER
Nachrichten

Augsburger Allgemeine



AKTUELL

heise online

BSZ Bayerische Staatszeitung



INFO SCREEN

Freie Presse

connect
professional



Badische Zeitung



IG



PARTNER

PARTNER VR4Kids



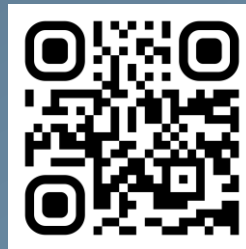
Kundenauszug Connected Reality





CHRISTOPH OSTLER
CEO & FOUNDER

Connected Reality / VR4Kids
Balanstr. 73, Haus 7
81541 München



Mobil 0049 171 237 888 9

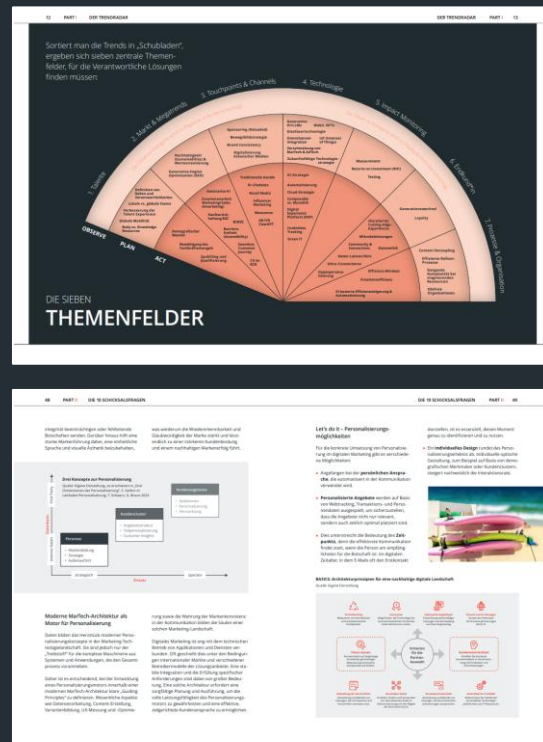
Email c.ostler@connected-reality.com
www.connected-reality.com

Email c.ostler@vr4kids.de
www.vr4kids.de

Florian Frey
Managing Partner UDG

„Danke!“





Noch Fragen?

Dein persönlicher Ansprechpartner ist gerne für Dich da!



Philip Rusnak

Director Client Service

+49 176 103 686 07

philip.rusnak@udg.de

Termin vereinbaren!

Alle Angaben basieren auf dem derzeitigen Kenntnisstand. Änderungen vorbehalten. Dieses Dokument der UDG ist ausschließlich für den/die Adressaten/Adressatin bzw. Auftraggeber/Auftraggeberin bestimmt. Es bleibt bis zu einer ausdrücklichen Übertragung von Nutzungsrechten Eigentum der Agentur. Jede Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und/oder gewerbsmäßige Verbreitung des Werkes ist nur mit Einverständnis der Agentur zulässig.