



Stürme und das "Internet of Things" am Arlberg

ID: LCG12075 | 21.03.2012 | Kunde: THE NEAR FUTURE SUMMIT |

Ressort: Chronik Österreich | Medieninformation

Presseinformation

LCG12075 (MI) Mittwoch, 21. März 2012

Medien/ Internet/ Online/ Kongress/ Social Media/ Forschung

Spieltrieb, Shitstorms und das "Internet of Things" am Arlberg
" BILD

Anhänge zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/summit2012>

Utl.: Beim 6. Media&Lifestyle Summit in Zürs am Arlberg diskutierten internationale Experten über "Gamification", die Rolle von Social Media in der Krisenkommunikation und die nächste Entwicklungsstufe des Internets =

Zürs (LCG) " Rund 50 Medien- und Kommunikationsexperten fanden sich in der einzigartigen Atmosphäre des Hotels Zürserhof am Arlberg zum Media&Lifestyle Summit 2012 ein, um zwei Tage lang über die heißesten Trends der Kommunikationswelt zu diskutieren. Drei Themen hat Rudi Klausnitzer, der Initiator des Gipfeltreffens, auf die Tagesordnung gesetzt: Gamification, Pervasive Computing und Krisenkommunikation in Zeiten von Social Media. Dafür, dass das Thema Gamification nicht nur in der Theorie abgehandelt wurde, sorgten dann die Casinos Austria mit ihrer Pokernight am Montag Abend. Rudi Klausnitzer: "Dank unserer Partner beim Summit, der Wien Holding, Raiffeisen Ware, der Tageszeitung Kurier und der Verlagsgruppe News hat sich rund um

diese hochaktuellen Themen eine wirklich spannende Diskussion im Schnittfeld zwischen Wirtschaft und Medien ergeben! â€œ

Wie man sich und andere ausbeutet und dabei noch Spaß hat!

Dr. Mario Herger, Senior Innovationsstrategie beim Softwaregiganten SAP im kalifornischen Palo Alto und gebürtiger Österreicher, leitet eine groß angelegte Gamifizierungsinitiative bei SAP: â€žGamification nutzt die Gesetze und Mechaniken von Spielen, um Probleme zu lösen und das Publikum zu involvieren.â€œ Hergers Vortrag zeigte praktische Anwendungen bei Elektroautos, die zum sparsamen Fahren animieren, bis hin zu Altglascontainern mit Spielelementen, die eine vielfach höhere Recycling-Rate verzeichnen. Herger zitiert Untersuchungen wonach der weltweite Markt für Gamification -also die Integration von Spielelementen in Produkte, Dienstleistungen, Software-Programme oder Kommunikationsstrategien von gegenwärtig 100 Millionen Euro bis 2016 auf 2,8 Milliarden Dollar anwachsen wird. Der US-Amerikaner Scott Schnaars, General Manager von Badgeville für Europa präsentierte im Anschluss, wie sein rasch wachsendes Unternehmen bereits jetzt Unternehmen bei der Implementierung von Gamification in Produktions- und Vertriebsprozesse berät und unterstützt.

Nach diesen beiden Impulsreferaten diskutierten im Anschluss Axel Bogocz, Chef der Verlagsgruppe News, Eugen Russ, Russ Media, und George Nimeh, Geschäftsführer von Kurier.at, über die Möglichkeiten, Gamification in die Geschäftsmodelle von Medienunternehmen zu integrieren. Gerald Reischl, Chefredakteur der Kurier futurezone, präsentierte ein angewandtes Beispiel von Gamifizierung, nämlich einen breit angelegten Foto-Wettbewerb, der in Kürze auf futurezone.at startet. Unter dem Motto â€žZeitreiseâ€œ werden die User aufgefordert, Fotos aus ihrer Kindheit möglichst originalgetreu nachzustellen.

â€žInternet of Thingsâ€œ

â€žDas Web mag tot sein, aber das Internet ist Ã¼berallâ€œ mit dieser provokanten These erÃ¶ffnete Professor Dr. Alois Ferscha, Vorstand des Instituts fÃ¼r Pervasive Computing an der UniversitÃ¤t Linz, sein Referat. Ferscha zeigte, wie Computer zu einem immer integrierteren Bestandteil des tÃ¤glichen Lebens werden. Das Neue dabei: Nicht der User wird kÃ¼nftig die Technologie aktiv steuern, sondern der Computer beobachtet den User, lernt seine Gewohnheiten und richtet sich danach. David Rowan, der Chefredakteur des Magazins Wired UK, gab dazu einen Ãœberblick Ã¼ber den aktuellen Stand bei alternativen Steuerungstechnologien -von Gesten Ã¼ber Augen bis hin zu gedankengesteuerten Fahrzeugen.

â€žCloudy, with a chance of shitstormsâ€œ

Gastgeber Rudi Klausnitzer (DMC Group) sprach Ã¼ber die zunehmende Bedeutung von Social Media beim Krisenmanagement von Unternehmen oder Institutionen. Klausnitzer: â€ž80 Prozent der Unternehmen haben einen Krisenkommunikationsplan, aber nur 20 Prozent haben die sozialen Netzwerke dabei berÃ¼cksichtigt.â€œ Sebastian Loudon Herausgeber der Branchenzeitung HORIZONT gab einen praktischen Einblick Ã¼ber jene neue Form der Ã¶ffentlichkeit, die Twitter unter Ã¶sterreichischen Opinion-Leadern geschaffen hat. Univ.Doz. DDr. Julia Wippersperg (APA Mediawatch), profil-Herausgeber Dr. Christian Rainer und Wien-Holding-Chef KR Peter Hanke diskutierten Ã¼ber die Auswirkungen von Twitter und Facebook Kampagnen auf Wirtschaft und Medien. KR Hanke: â€žDer stark wachsende Einfluss von Social Media ist eine groÃe Herausforderung in der Unternehmenskommunikation aller Wirtschaftsbereiche, auf die wir uns mÃ¶glichst rasch einstellen mÃ¼ssen!â€œ

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur VerfÃ¼gung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter

<http://www.leisuregroup.at>. (Schluss)

Rückfragehinweis:

Media&Lifestyle Summit 2012

Nicole Haid

Tel.: +43 676 7552304

<mailto:nicole.haid@dmcgroup.eu>

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: +43 664 8563001

<mailto:akhaelss@leisuregroup.at>