



Die Summit in Zürs: Die Vermessung der Medienzukunft â€“ BILD

ID: LCG14073 | 26.03.2014 | Kunde: THE NEAR FUTURE SUMMIT |

Ressort: Medien Ã–sterreich | APA-OTS-Meldung

Auf 1.800 Metern Seehöhe diskutierten Kommunikationsexperten zwei Themenschwerpunkte, die die Gesellschaft in den kommenden Jahren massiv prägen werden: „Internet of Things“ und die Folgen für den Datenschutz, sowie die Auswirkungen des Videobooms im Internet auf die europäische Medienlandschaft.

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/dmc/mls14>.

Zürs (LCG) – Der fundamentale Wandel, den die Digitalisierung ausgelöst hat, erstreckt sich über sämtliche Bereiche des Lebens: insbesondere Medien, Kommunikation, Wirtschaft und somit die ganze Gesellschaft. Die Politik kann diesem Umbruch kaum gerecht werden, zu schnell geht die Entwicklung voran, zu sehr wird sie von US-amerikanischen Giganten dominiert. Vor diesem Hintergrund ziehen sich seit acht Jahren Medien- und Kommunikationsexperten einmal im Jahr für zwei Tage ins Hotel Zürserhof am Arlberg zurück, um losgelöst vom Alltag über die Herausforderungen und Chancen der nahen Zukunft zu reflektieren. „Die Auswirkungen sind exponentiell. Unternehmen, die sich der digitalen Transformation nicht stellen, geraten unweigerlich in Gefahr, im Wettbewerb zu verlieren“, formulierte der Initiator des Zürser Summit, Medienexperte **Rudi Klausnitzer**, die Brisanz der Themen.

Das „Internet of Everything“ stand im Mittelpunkt des ersten Kongresstages. Hochkarätige Experten wie Professor **Alois Ferscha** vom „Institut für Pervasive Computing“ an der Universität Linz, **David Rowan**, Chefredakteur des britischen Magazins „Wired“ und **Siegfried Stepke** vom Spezialdienstleister e-dialog skizzierten die Entwicklung: Vernetzte Mini-Computer würden sich zunehmend

nahtlos in das alltägliche Leben einfügen, vom Eiskasten bis hin zum Auto, vom Fieberthermometer bis hin zum Schlüsselanhänger. Das Internet werde so zu einer Kommunikationsplattform zwischen Geräten und Produkten, ohne, dass es die Nutzer aktiv steuern. Dabei stehen ungeahnte Möglichkeiten großen Herausforderungen gegenüber. Gerade das Thema Datenschutz und Privatsphäre wurde am Arlberg sehr kontrovers diskutiert, wobei sich ganz klar herauskristallisierte, dass es eines neuen gesellschaftlichen Konsenses bedürfe, der persönliche Daten auch als das persönliche Eigentum eines Users definiert.

„Do you speak visual?“ – war das Motto des zweiten Tages.

Hintergrund für die Brisanz dieses Themas: Das Internet wird zunehmend von der Nutzung her mobil und inhaltlich immer stärker von Videoinhalten geprägt. Eine riesige Chance, etwa für die Kommunikationschefin der ÖBB, **Kristin Hanusch-Linser**, die bei ihrer Informationsarbeit nicht mehr unbedingt auf klassische Medienkanäle angewiesen ist, sondern selbst Videos an Mitarbeiter oder die Öffentlichkeit verbreiten kann, was anhand konkreter Beispiele illustriert wurde.

Zwtl.: YouTube als Freund und Gefahr

Der Bewegtbild-Boom im Netz verändert aber nicht nur Werbung, Public Relations und die tradierte Fernsehindustrie, sondern wirft auch wichtige rechtliche Fragen auf, seien diese urheberrechtlicher oder wettbewerbsrechtlicher Natur. Ein prominent und kontroversiell besetztes Podium diskutierte genau diese Fragen unter reger Teilnahme des Publikums. So trafen etwa Puls4-Geschäftsführer **Markus Breitenecker**, **Marcin Kotlowski** von W24 und der CEO von Sony-Music-Entertainment (DACH), **Philipp Ginthör**, auf **Andreas Briese** von YouTube und nahmen die dominierende Videoplattform ins Visier. Briese entgegnete die gegen YouTube geäußerten Vorwürfen bezüglich Urheberrechtsverletzungen. Er betonte, dass das Unternehmen das Gros der Erlöse an Urheber abführe und warb um Partnerschaftlichkeit. Ganz klar wurde bei der Diskussion

artikuliert, dass YouTube und sein Eigentümer Google, „geliebte Feinde“ der Medienunternehmen seien. Während Partnerschaften in der Contententwicklung und -vermarktung eingegangen werden, steht man diesen beiden Unternehmen gleichzeitig sehr kritisch gegenüber. **Eugen Russ** plädierte dafür, dass auch regionale Unternehmen die globalen Maßstäbe der digitalen Netzwerke nicht aus den Augen verlieren dürfen. Zum Abschluss einer sehr lebhaften Diskussion, kam vom Verleger **Axel Ganz** (Gruner + Jahr) eine ganz klare Forderung an die europäische Politik, für die entsprechenden Rahmenbedingungen zu sorgen, die es europäischen Medienunternehmen ermöglichen, mit den US-amerikanischen Giganten mitzuhalten.

Dafür, dass es abseits dieser relevanten ernststen Themen auch unterhaltsam zugeht, sorgte die „Poker Night“ von Casinos Austria, sowie die Weltpremiere eines neuen Wiener Weines. Sommelière **Fiona Figlmüller** präsentierte erstmalig ihren „Rosé Viennois“, den sie gemeinsam mit dem renommierten Wiener Winzer **Fritz Wieninger** kreierte. Gemeinsam mit den Summit Partnern OMV, ÖBB, WIEN HOLDING und Casinos Austria begrüßte Klausnitzer bei dieser achten Auflage des Media +Lifestyle Summit rund 70 hochkarätige Kongressteilnehmer aus den Bereichen, Wirtschaft, Medien und Kommunikation. Weitere Informationen unter [https:// twitter.com/mlsummit](https://twitter.com/mlsummit) .

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)

