MOVING FORWARD

Moving Forward Conference setzt Impulse fÃ¼r Digitalisierung in Ã–sterreich - BILD

ID: LCG17433 | 10.11.2017 | Kunde: Moving Forward | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Freitagnachmittag wurden Zukunfts-und Digital-Themen, die die Welt bewegen, von Branchenexperten und Innovation Leaders im trendigen Le Méridien Vienna diskutiert. Die Fachkonferenz für digitale Trends und Innovationen überzeugte ihre BesucherInnen mit dem richtigen Mix aus Big Brands und Startups.

Bilder zur Meldung auf http:// presse.leisuregroup.at/ movingforward/ nachmittag_20171110

Wien (LCG) – Anschließend an den erfolgreichen Vormittag von Moving Forward, Österreichs erster Fachkonferenz für Ideen, digitale Trends und Innovationen nach den Nationalratswahlen, standen am Nachmittag Themen wie Artificial Intelligence, Fake News, Sales-Strategien und die Innovationsführerschaft von Startups im Fokus. Bei Startups Forward hatten neun High-Potential Startups die Chance bei einem fünfminütigen Live-Pitch das Publikum und Investoren zu überzeugen. Über den Sieg durfte sich **Susanne Klepsch** mit ihrem Startup Der Button, ein Online Assistent für Terminvereinbarung, Buchung und Abrechnung mit Kunden freuen.

„Es gibt keinen Geschäftsbereich mehr, der nicht von der Digitalisierung erfasst wird. Die Moving Forward Conference zeigt die gesamte Vielfalt, Daten-und technologiegetriebener Innovationen. Das iab austria öffnet sich auch für Start-ups und Tech-Firmen, um der gesamten Bandbreite der digitalen Wertschöpfung eine starke Stimme zu geben", so der neu gewählte interactive advertising bureau austria-Präsident und Russmedia Digital-Geschäftsführer **André Eckert** .

Viel Müll: Mehr Sauberkeit mit Daten

Stefan Klanner von Saubermacher widmet sich mit seinem Produkt wastebox.biz der Digitalisierung in der Abfallwirtschaft und optimiert die Logistik für Einzelaufträge bei Baustellen. Rund 30.000 Unternehmen aus dem Baugewerbe stehen etwa 600 Entsorgungsunternehmen entgegen, wobei die Auftragsvergabe wenig effizient und transparent, dafür aber sehr bürokratisch ist. Das Unternehmen verbindet über eine Digitalplattform Bau-mit Entsorgungsunternehmen und sorgt damit für mehr Transparenz, steigende Qualität und bessere Preise.

Bauleiter und Poliere können rund um die Uhr an 365 Tagen mit vier Klicks die passende Entsorgung über das Smartphone bestellen und werden direkt mit dem passenden Logistikpartner verbunden. „Wir haben das Taxify-und Uber-System binnen eines Jahres auf Müllentsorgung umgelegt und schaffen Mehrwert für alle Beteiligten", fasst Klanner zusammen. Nach dem erfolgreichen Start in Österreich, plant er bereits den flächendeckenden Markteintritt in Deutschland. Im nächsten Schritt können auch Baustoffe auf die Baustellen geliefert werden, wodurch die Prozesse weiter optimiert werden.

Auch der Verleih von Baumaschinen über die App soll kommendes Jahr eingeführt werden und mittels einer Zusammenarbeit mit BILLA ist

auch für die Anlieferung von Speisen und Getränken gesorgt. „Wir sind der größte Baustellenversorger Österreichs, ohne eine einzige Baustelle oder ein einziges Fahrzeug zu besitzen", zeigt Klanner den Erfolg des Taxify-Prinzips in der Baubranche auf.

Besser als ein Mensch es machen könnte: Künstliche Intelligenz schafft Relevanz

Angelika Hrubi von Doubleclick by Google erzählt, dass sich Google vom „Mobile First" zum „Artificial Intelligence First" Unternehmen entwickelt hat. Hinter stark genutzten Applikationen wie Google Maps und Spotify steckt bereits künstliche Intelligenz, die für ein besseres User-Erlebnis sorgt. Auch das 74.000 Seiten umfassende Steuergesetz in den Vereinigten Staaten lässt sich mittlerweile nur durch AI sinnvoll analysieren, wobei hier IBM Watson für Durchblick sorgt. „Im Marketing ist Artificial Intelligence durch individuelle Relevanz der Inhalte der Schlüssel zum Erfolg", so Hrubi abschließend.

Siegfried Stepke von e-dialog setzt Machine Learning ein, um bessere Resultate für seine Kunden zu erzielen. Schon heute trainieren sich die Algorithmen selbst und können so beispielsweise bessere Deals im programmatischen Handel erzielen und den Return-on-Invest optimieren. Kampagnen werden durch Maschinen laufend optimiert: Unter anderen werden Werbemittel dynamisch an die erkannte Zielgruppe ausgespielt und die Erkenntnisse aus dem User-Verhalten sofort in den weiteren Verlauf der Kampagne implementiert. „Maschinen sind unmenschlich und dadurch überlegen. Sie haben keine Meinungen", ist Stepke überzeugt.

Was ist wahr und was ist falsch? Donald Trump hat die Fakten-Checker geboren

Die Tagespresse-Gründer **Fritz Jergitsch** ist mit Fake News seit vier Jahren erfolgreich. „Ich habe Fake News nicht erfunden. Das hat **Wolfgang Fellner** als ‚Pablo Picasso der Fake News' vor zehn Jahren schon geschafft", schmunzelt Jergitsch. Die Geschichte reicht für ihn bis zur Bibel „dem ältesten Sammelbund an Fake-News"

zurück. Nur ist es im Laufe der Zeit einfacher geworden, hunderttausende Menschen von der Couch aus mit falschen Inhalten zu bedienen.

Am Beispiel Trump zeigt er drei wesentliche Punkte auf, um mit Fake-News erfolgreich zu sein: Er löst mit seinen Inhalten Emotionen aus, kann mit der sehr kurzen Aufmerksamkeitsspanne der User umgehen und weiß, dass schon wieder alles vergessen ist, bis ihm die Lüge nachgewiesen werden kann. Jergitsch sieht aber Licht am Ende des Tunnels: Mit Trump haben sich auch Fakten-Checker etabliert, die Lügen kurze Beine machen.

Tinka versetzt sich in die Lage der T-Mobile Kunden

Daniel Krüger von T-Mobile ist überzeugt davon, dass es für Kunden in der Markenbeziehung vorrangig um Lösungen geht. In der Kundeninteraktion setzt das Telekommunikationsunternehmen auf smarten Dialog mit Hilfe von Artificial Intelligence. Mit „Tinka" steht den Kunden eine virtuelle, digitale Assistentin als erste Ansprechpartnerin zur Verfügung. Seit 2014 lernt sie ständig dazu, wobei sich ihr Blickwinkel verändert hat. Während die Erstversion Fragestellungen noch aus Unternehmenssicht betrachtete, beschäftigt sich die neue „Tinka" mit den Fragen aus Kundensicht. Wer schon immer wissen wollte, wie „Tinka" zu ihrem neuen Namen kam, den klärt Krüger auf: T-Mobiles interaktive neue Kommunikationsassistentin .

Deadly sales sins: Why you fail to close deals in business and life

Erst kürzlich zum Mister Austria 2017 gekürt, gab Entrepreneur **Alberto Nodale** (Close.io) Tipps und Tricks für ein erfolgreiches Sales-Konzept. Für Nodale ist Sales ein Innovationsmotor und nicht wegzudenken aus der Start-up Szene. Neben den fünf „Deadly Sales Sins", die es zu vermeiden gilt, ist es das Wichtigste seiner Überzeugung in Verkaufsgesprächen treu zu bleiben. „Der richtige Mindset, ein strukturierter Verkaufsprozess und ein adäquates Follow-Up-Game sind Keyfaktoren, um sein Produkt bestmöglich an den Mann zu bringen", so Nodale abschließend.

Panel: Sind Startups die neuen Innovationsführer?

Um Startups besteht derzeit ein großer Hype, der sich seit rund fünf Jahren stetig aufwärts entwickelt. Beim wirtschaftlichen Ökosystem für die Gründung von Startups herrscht jedoch großer Aufholbedarf in Österreich im Vergleich zum europäischen und globalen Markt. Das Problem liegt im Bildungssystem selbst und an der Einstellung der jungen ÖsterreicherInnen zum Unternehmertum.

> „Startups sind ein wichtiger Mosaikstein im Innovationszyklus. Auf der Corporate Seite entsteht viel Innovation, die Unterschiede bestehen in der Herangehensweise. Bei großen Corporates dauert dieser Prozess sehr lang, Startups arbeiten flexibel und kundenorientiert. Durch die Zusammenarbeit von Startups und Corporates können beide Seiten voneinander lernen", so **Dejan Jovicevic** von Der Brutkasten.

> „Österreich ist weit weg von der Weltspitze in der Entwicklung und Förderung von Startups. Wir müssen am Ball bleiben und neue Trends schnell adaptieren, sonst wird es für Österreich als Wirtschaftsstandort in Zukunft schwierig. Wir brauchen in Österreich eine Kulturveränderung, um Innovation entsprechend zu fördern", erklärt **Markus Raunig** von Austrian Startups.

Am 22. Februar 2017 findet die Moving Forward Conference in New York statt.

Weitere Informationen zum Programm, den Speakers sowie Details zur Veranstaltung auf https://www.moving-forward.com sowie auf Facebook https://www.facebook.com/movingforwardconference und Instagram https://www.instagram.com/movingforwardconference .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf https://www.leisure.at . (Schluss)