



## Die nächste Dekade: The Near Future Summit 2019 – BILD

ID: LCG19097 | 27.03.2019 | Kunde: THE NEAR FUTURE SUMMIT |  
Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

**Von 23. bis 27. März 2019 widmete sich das von Rudi Klausnitzer initiierte Think-Tank-Event wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen der nächsten zehn Jahre.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © The Near Future Summit

Zürs (LCG) – Zum 14. Mal ging der Near Future Summit im Zürserhof Themen und Trends nach, die die Gesellschaft und Wirtschaft in naher Zukunft prägen und verändern werden. Heuer wurde das von **Rudi Klausnitzer** initiierte Think-Tank-Event erstmals in Zusammenarbeit mit den DIAMIR-Holding-Gründern **Lorenz Edtmayer** und **Maximilian Nimmervoll** veranstaltet. Neue Vortragsformate wie „Speed Dating with the Future“ sorgten für einen breiteren Themenkreis, um den Teilnehmern einen ganzheitlichen Blick auf kommende Veränderungen zu ermöglichen. So wurden neben technologischen Trends auch die Zukunft des Plastiks, Trends im Handel, Entwicklungen in der Elektromobilität oder Strategien für den Breitbandausbau diskutiert.

Das jährliche Treffen vernetzt Wissenschaft, Medien und Wirtschaft, um eine branchenübergreifende Diskussion zu führen. Der ganzheitliche Blick auf aktuelle Erkenntnisse aus unterschiedlichen Bereichen ist die Basis, um Chancen zu erkennen und die Zukunft zu gestalten. Und so widmete man sich dieser Tage vor allem den Entwicklungen, die die nächste Dekade prägen werden.

### **Wissenschaftlicher Blick in die nächste Dekade**

**Klaus Ensslin** von der ETH Zürich geht davon aus, dass die Quantentechnologie neue Produkte entwickeln wird, die mit

aktuellen Erklärungsversuchen nicht vorstellbar sind. Die Produkte der heutigen Wirtschaft beruhen auf hunderte Jahre alten physischen Erkenntnissen. **Horst Hörtner** vom Ars Electronica Futurelab macht Zukunftstechnologien einem breiten Publikum zugänglich, um Verständnis für die Entwicklungen von morgen zu schaffen. Gemeinsam mit Siemens entwickelt das Ars Electronica Futurelab beispielsweise neue Technologien der visuellen Anatomie in hochauflösender 8K-Qualität. Diese werden von der Johannes-Kepler-Universität in Linz bereits für die Ausbildung von Medizinstudenten eingesetzt. Als größte kommende Herausforderung bezeichnet Hörtner das Verständnis für die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft, wenn es etwa um ethische Fragestellungen im Umgang mit künstlicher Intelligenz geht. Google-Regional-Director **Karl Pall** sieht unbeschränkte Speicherkapazitäten für Daten als wichtige Basis für wissenschaftliche Forschung oder selbstlernende künstliche Intelligenz. Dadurch können Computer selbstständig agieren, ohne spezifisch dafür programmiert zu sein. Durch die Verbindung historischer Daten aus Archiven mit künstlicher Intelligenz wird eine Potenzierung stattfinden, die neues Wissen schafft.

## Der ORF am Weg vom linearen Broadcaster zur Content-Plattform

„Die Rahmenbedingungen, was Medien leisten müssen, werden sich in den nächsten zehn Jahren radikal ändern“, ist ORF-Generaldirektor **Alexander Wrabetz** überzeugt. Die Plattform-Prinzipien der Zukunft beruhen auf Interaktion, Daten, Vernetzung und Offenheit. Europa spielt in der Plattform-Ökonomie allerdings nur eine untergeordnete Rolle – 67 Prozent der weltweit wertvollsten Plattformen befinden sich in US-Besitz, weitere 30 Prozent in asiatischem Besitz. Durch das Prinzip „the winner takes it all“ kommt es zu einer weiteren Agglomeration am Markt. Durch neue Mitbewerber wie Netflix verschärft sich auch der Wettbewerb um Content in qualitativer und quantitativer Hinsicht deutlich. Als Alternative bilden sich neue Allianzen zwischen Sendeanstalten. Zusätzliche Konkurrenz im Wettstreit um das Zeitbudget des Publikums ortet der ORF-Generaldirektor unter anderem in neuen

Entertainment-Angeboten wie dem populären Online-Game „Fortnite“ mit rund 200 Millionen registrierten Spielerkonten. Auch am Werbemarkt verschärft sich die Konkurrenz durch globale Anbieter: Der österreichische Digital-Werbemarkt hat ein Volumen von 638 Millionen Euro, von denen bereits knapp die Hälfte (47 Prozent) allein an Google und Facebook gehen. Nur ein Bruchteil der Online-Werbependings fließt an österreichische Medien; auch der ORF als größtes österreichisches Online-Nachrichtenportal mit über einer Million User täglich lukriert weniger als drei Prozent des Kuchens. Die Markenstärke aus dem linearen Bereich möchte Wrabetz auch in die Plattform-Welt übertragen und mit Content aus und für Österreich punkten. Zentrales Projekt auf dem Weg vom linearen Broadcaster zur multimedialen Content-Plattform ist der ORF-Player, der sämtliche ORF-Programme aus Fernsehen, Radio und Online vereinen, ein neues Multimedia-Erlebnis bieten und offene Schnittstellen für die Kooperation mit der heimischen Kreativwirtschaft bieten soll.

## Die Zukunft des Plastiks abseits von Sackerl-Verboten

Nach der intensiven Diskussion über Plastik, die seit einigen Monaten in der Europäischen Union geführt wird, zeichnet Borealis-CEO **Alfred Stern** ein größeres Bild der Dimension des Werkstoffs Plastik in der nächsten Dekade. Der zunehmende Wohlstand führt zu einem höheren Bedarf an Plastik-Produkten beispielsweise in der Herstellung von Autos, Verpackungen oder auch im Gesundheitswesen. Die Frage der Zukunft von Plastik reicht weit über die Frage von Plastiktüten oder Strohhalmen hinaus. So haben zum Beispiel zwei Milliarden Menschen in den letzten Jahren durch Plastikrohre Zugang zu sauberem Trinkwasser erhalten. Über 80 Prozent der Kinder weltweit sind heute gegen fundamentale Kinderkrankheiten geimpft, wofür es hygienische Einwegspritzen aus Plastik braucht. Kreislaufwirtschaft ist die einzige Antwort auf die steigenden Bedürfnisse einer entwickelten Gesellschaft, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu minimieren. Borealis setzt daher auf Recycling-Programme und entwickelt neue Produkte aus recycelten

Stoffen. „Wiederverwertbarkeit muss bereits in der Produktion gedacht werden“, unterstreicht Stern.

Nur zwei Prozent des Plastikmülls in den Weltmeeren stammt aus Nordamerika und Westeuropa. Mit 71 Prozent ist Südostasien – allen voran China und Indonesien – der Hauptverursacher. Das Verbot aller Trinkhalme weltweit würde das globale Problem um nur 0,03 Prozent reduzieren. Mit dem Projekt „STOP“ möchte Borealis in Indonesien eine Kreislaufwirtschaft entwickeln und die Verschmutzung der Meere eindämmen. Durch das Projekt werden Arbeitsplätze und Wertschöpfung geschaffen, wovon Tourismus, Fischerei und das Gesundheitssystem langfristig profitieren.

## **Digitaler Ankick: FC Bayern München in der digitalen Transformation**

**Stefan Mennerich**, Direktor für Medien, Digital und Kommunikation bei Deutschlands erfolgreichstem Fußballclub, zeigt, wie die Kernwerte einer analogen Marke in die digitale Welt übertragen werden. Der Verein bietet seine Website in acht Sprachen und den Facebook-Auftritt in zwölf Sprachen an. „Was wirklich zählt und weltweit überzeugt, sind Bilder und Videos, um Emotionen rund um die Marke zu kreieren“, sagt Mennerich. Auch in neuen Medien setzt die Marke auf ihr Traditionsbewusstsein und fördert damit die Identifikation mit der Brand. Mit den eigenen Clubplattformen erreicht der FC Bayern München eine Milliarde digitale Touchpoints pro Monat. Insgesamt verzeichnet der Verein 85 Millionen Follower in sozialen Medien. Im Zentrum der Kommunikationsaktivitäten stehen klassische PR-Messages, die mediengerecht auf den unterschiedlichen Kanälen ausgespielt werden. Merchandising macht mit 92 Millionen und Sponsoring mit 189 Millionen Euro einen wesentlichen Anteil der Umsätze aus. Beide Bereiche werden bereits zur Hälfte digital lukriert. „Wir müssen die Leute in den Communities abholen und sie mit gutem Content zu uns bringen, um Digitalaktivitäten zu monetarisieren“, erklärt Mennerich. Für den eigenen Fernsehsender sind bis zu 30 Kamerateams im Einsatz und produzieren originären Content für die Fans. Zur Steigerung der Reichweite wurde auch die Allianz-Arena in München mit einem hoch

performanten WiFi ausgestattet, damit die Besucher eine optimale Möglichkeit haben, Content von den Spielen auf ihren Kanälen zu teilen. Mittlerweile verfügt der Verein über eine eigene Digitaltochter, die Content erfolgreich vermarktet. Im Hintergrund setzt der Verein auf eine eigne Daten- und IT-Struktur, die Unabhängigkeit von externen Anbietern ermöglicht. Diese Infrastruktur wird auch anderen Clubs angeboten und stellt eine zusätzliche Einnahmequelle für den erfolgreichen Sportverein dar.

## Innovationen ohne Bullshit sind keine Frage des Geldes

Digitalexperte **David Rowan** besuchte 19 Länder auf der ganzen Welt, um Beispiele für gelungene Innovationskultur zu finden. Sie stellt er in seinem im Mai 2019 erscheinenden Buch „Non-Bullshit Innovations“ vor. Dabei entdeckte er, dass zahlreiche Unternehmen eigene Start-up-Inkubatoren betreiben, um Innovationsprozesse abseits des Kerngeschäfts und der bestehenden Unternehmensstruktur voranzutreiben. „Erfolgreiche Unternehmen erkennen die wandelnden Bedürfnisse ihrer Kunden frühzeitig und verlassen sich nicht auf tradierte Geschäftsmodelle“, zeigt der ehemalige Wired-UK-Chefredakteur auf. Rowan verortet einen Wandel von der reinen Herstellung von Produkten hin zu stark dienstleistungsorientierten Angeboten und geschlossenen Eco-Systemen. Als weiteren Erfolgsfaktor identifiziert er flache Hierarchien und autonome Teams, die unabhängig an Projekten arbeiten. Optimal zusammengestellte Teams zeichnen sich durch kognitive Diversität aus und bringen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Qualifikationen zusammen, um gemeinsam an Innovationen zu arbeiten. „Große Innovationen brauchen keine großen Budgets, sondern die richtige Unternehmenskultur“, fasst Rowan zusammen.

## Speed-Dating mit der Zukunft: Perspektiven unterschiedlicher Branchen

T-Mobile-Austria-CCO **Maria Zesch** sieht im Breitbandausbau das Fundament für die Digitalisierung Österreichs. Dem zunehmenden Datenverbrauch in urbanen Ballungsräumen begegnet das

Telekommunikationsunternehmen mit der Übernahme des Kabelnetzanbieters UPC mit seinem Glasfasernetz um zwei Milliarden Euro. Jährlich nimmt der Datenverbrauch in Österreich um 70 Prozent zu. Neue Technologien sind notwendig, um dem Wachstum standzuhalten. Mit dem flächendeckenden Narrowband-Netz bietet T-Mobile schon heute ein eigenes Netz für das Internet of Things, das unter anderem als Basis für Smart Cities dient. „Durch den 5G-Ausbau wird es nicht nur zu einer wirtschaftlichen Revolution, sondern auch zu einer Evolution aller digitalen Lebensbereiche kommen“, betont Zesch. Am 6. Mai 2019 wird als weiterer Meilenstein des Breitbandausbaus die neue Dachmarke von UPC und T-Mobile Austria präsentiert werden. Bereits diese Woche werden die ersten 5G-Standorte in Betrieb genommen werden.

**Julia Stone**, Director Digital & Innovations bei BILLA, betrachtet Digitalisierung als Mittel zum Zweck. 1,9 Millionen-Kundenkontakte verzeichnet REWE täglich in Österreich. „Der Point-of-Sales verändert sich zum Point-of-Experience“, betont Stone. Mithilfe der Digitalisierung sollen die 20.000 Mitarbeiter in den 2.100 BILLA-Filialen mehr Zeit bekommen, um Kunden besser persönlich betreuen zu können. Durch kundenzentriertes Arbeiten sollen Filialen zu Orten der Begegnung werden, um das Einkaufserlebnis zu verbessern.

**Stefan Rathausky**, Senior Vice President Corporate Projects & Communications bei RHI Magnesita, möchte die gesamte Wertschöpfungskette digitalisieren und denkt den Datenfluss vom Kunden ausgehend. Unter anderem werden digitale Fingerabdrücke implementiert, um selbstlernende Produktionszyklen zu realisieren. Automatisierte Prozessoptimierung mit künstlicher Intelligenz kommt beispielsweise bei Stahlpfannen zur Anwendung, um den Wartungsaufwand zu optimieren und die Haltbarkeit zu verlängern.

BDO-Partner **Berndt Zinnöcker** zeigt, wie sich das globale Beratungsunternehmen im Veränderungsprozess der digitalisierten Arbeitswelt bewegt. Digitalisierung soll Mitarbeiter von repetitiven Tätigkeiten entlasten und mehr Kapazitäten für

persönliche Beratungsleistung schaffen. Sie wird auch in naher Zukunft nicht durch künstliche Intelligenz ersetzt werden. Neue Technologien bieten Möglichkeiten zu fundierten Prognosen, wodurch BDO Kunden in der Planung ihrer Geschäftsprozesse besser unterstützen kann. Dabei setzt das Unternehmen auf Smart Tooling, künstliche Intelligenz und Machine Learning. Die Auslagerung der Buchhaltung wird damit auch für kleinere und mittlere Unternehmen leicht umsetzbar und leistbar.

Smatrixs-Gründer **Michael-Viktor Fischer** geht davon aus, dass bereits 2021 60.000 Neuzulassungen in Österreich auf E-Autos entfallen müssen, damit die Klimaziele der Europäischen Union erreicht werden. Um das Aufholrennen zu Verbrennungsmotoren zu gewinnen, muss E-Mobilität diesen überlegen sein. Einen Beitrag dazu leistet Smatrix mit Schnellladestationen. Künftig soll die Ladeleistung 1,5 Megawatt übersteigen, womit ein Auto ebenso schnell geladen wie bisher betankt wird. Deutlich geringere Betriebs- und Wartungskosten sind weitere Vorteile, mit denen E-Autos künftig überzeugen werden. Autos werden Energie speichern können und bei Bedarfsspitzen an die Netzbetreiber abgeben können, wodurch die Halter mit ihrem PKW zusätzlich Geld verdienen können. Gebrauchte Batterien werden als Stromspeicher für Privathaushalte eingesetzt werden können, wo sie eine zusätzliche Einsatzdauer von 20 bis 30 Jahren haben. „70 bis 80 Prozent der Betankungen werden zuhause oder am Arbeitsplatz stattfinden können. Induktive Ladung wird den Prozess weiter vereinfachen“, ist Fischer überzeugt.

**Anita Gerhardter**, CEO der Wings for Life Spinal Cord Research Foundation, die sich mit der Heilung von Querschnittsgelähmten beschäftigt – jährlich sind laut Weltgesundheitsorganisation bis zu 300.000 Menschen davon betroffen – schafft es, Forschung privatwirtschaftlich zu finanzieren und konnte seit 2004 bereits über 190 Projekte fördern. Darunter auch ein Elektrostimulationsprojekt, das aus einem unkonventionellen Zugang entstand, den niemand für realisierbar hielt. „Nur tote

Fische schwimmen mit dem Strom“, ist Gerhardter von technologischer Innovation überzeugt.

Den Abschluss bildete am Dienstag die Runde „Digital vs Real Sports“, in der **Daniel Schmidhofer** (ESL Gaming Network) und **Federico Winer** (Head of SAP Entertainment Industries) die rapide Entwicklung von sSports und Gaming-Events präsentierten. Als weltweit größte eSports-Plattform verzeichnet ESL 8,4 Millionen Spieler, die 18,6 Millionen Matches und 109.000 Turniere spielen. 242 Millionen eSports-Fans gibt es weltweit, von denen 80 Prozent im Alter zwischen 18 und 34 Jahren sind. Sie verbringen rund 1.500 Stunden pro Jahr mit digitalem Sport. SAP Entertainment Industries arbeitet als Innovation-Partner mit dem Team Liquid zusammen, um neue In-Game-Datenanalysen zu entwickeln. Dadurch soll die Leistung von Spielern und Mannschaften verbessert werden. Auf Basis der Plattform SAP HANA werden Leistungs-, Trainings- und Wettkampfanalysen erstellt. Das Team Liquid entstand 2000 als Clan auf der Gaming-Plattform battle.net und ist heute eine der führenden Organisationen im Multi-Gaming-Bereich mit Trainingszentren in Utrecht (Niederlande) und Los Angeles (USA). Mittlerweile zählt Team Liquid mehr als 70 Athleten, die in 13 verschiedenen Spielen um den Sieg kämpfen, darunter die beliebtesten eSport-Titel „Dota 2“, „League of Legends“ und „Counterstrike Global Offensive“.

**Valentin Stalf** (Co-Founder und CEO von N26) berichtete in einem sehr persönlichen „Fireside-Chat“ darüber, wie aus der Idee einer Paycard für Kinder ein milliardenschweres Venture wurde, das auch international als der große Disruptor der Bankenszene gesehen wird. 2018 hat N26 insgesamt 215 Millionen US-Dollar von renommierten Investoren wie Allianz X, Tencent Holdings, Li Ka-Shings Horizons Ventures, Peter Thiels Valar Ventures, Mitglieder des Zalando Managements und Earlybird Venture Capital eingesammelt. N26 beschäftigt mehr als 800 Mitarbeiter und hat Büros in Berlin, New York und Barcelona. 2019 steht die Series-D-Finanzierungsrunde in der Höhe von 300 Millionen US-Dollar unter der Führung von Insight Venture Partners am Plan. An dieser

beteiligen sich auch GIC, der Investmentfonds Singapurs, und bestehende Investoren. N26 hat mit einem Gesamtwert von 2,3 Milliarden Euro bereits Unicorn-Status erreicht. In den nächsten Jahren soll die Kundenbasis von derzeit 2,3 Millionen auf 50 bis 100 Millionen ausgebaut werden.

## Austausch über die Themen von morgen

Über die Herausforderungen und Chancen, die in der nächsten Dekade auf uns zukommen diskutierten unter anderem **Thomas Drozda** (SPÖ), **Karoline Edtstadler** (ÖVP), **Klaus Ensslin** (ETH Zürich), **Rainer Esser** (Die Zeit), **Markus Fallenböck** (Own Austria), **Alexander Fardossi** (Tobaccoland), **Wolfgang Fischer** (Wiener Stadthalle), **Michael-Viktor Fischer** (Smatrics), **Helmut Hanusch** (VGN), **Kristin Hanusch-Linser** (International Advertising Association), **Wolfgang Hetlinger** (KNP Financial Services), **Horst Hörtnner** (Ars Electronica Futurelab), **Dejan Jovicevic** (Der Brutkasten), **Isabella Klausnitzer** (KURIER), **Alexander Knechtsberger** (DocLX Holding), **Stephan Kreissler** (interactive advertising bureau austria), **Thomas Kroupa** (DocLX Holding), **Benjamin Loudon** (Just Media), **Maria Maager** (Petrus Advisors), **Stefan Mennerich** (FC Bayern München), **Karl Pall** (Google), **Nikolas Pelinka** (Kobza Media), **Marion Pelzel** (Estée Lauder), **Ewald Pichler** (DMC Group), **Thomas Plötzeneder** (Gehrer Plötzeneder DDWS), **Eugen A. Russ** (Russmedia), **Gerhard Schilling** (Almdudler), **Ines Schurin** (REWE), **Gregor Schütze** (Schütze Communications), **Valentin Stalf** (N26), **Alfred Stern** (Borealis), **Johannes Strohmayer** (Austrian Equities), **Maximilian Tayenthal** (N26), **Ronald Tremmel** (Apple), **Alexander Windbichler** (Anexia), **Alexander Wrabetz** (ORF) und **Maria Zesch** (T-Mobile).

**+++ BILDMATERIAL +++**

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

