

Digitale Scouts und Trendsetter

Die Veranstaltungsreihe Digital Business Trends wird gemeinsam von APA und styria digital one organisiert – und von Partnern, die den digitalen Wandel aktiv mitgestalten wollen, getragen. **medianet** traf die Initiatoren.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Die Veranstaltungsreihe Digital Business Trends (DBT) bietet regelmäßig Events für Branchenakteure und Unternehmen zu Themen der digitalen Kommunikations-, IT- und Medienbranche.

Unterstützt wird die Event-Reihe durch sogenannte Classic- bzw. Premium-Partner. Auch diese sind voll des Lobes für die Digital Business Trends.

Carsten Brzeski, Chief Economist, ING-DiBa: „Die Veranstaltung der Digital Business Trends besticht durch inhaltliche Tiefe, gepaart mit einer familiären Atmosphäre. Eine vergleichbare Veranstaltung gibt es in Deutschland nicht.“

Ins gleiche Horn bläst Oliver Križek, Eigentümer und Geschäftsführer Navax Unternehmensgruppe: „Das neue Format der Digital Business Trends, das wir von Anfang an als Premium-Partner unterstützt haben, hat sich positiv entwickelt und unsere Erwartungen erfüllt. Die Events sind sehr gut besucht, das Publikum breit gefächert, und es kommen immer wieder neue Leute dazu. Der Wechsel zur DBT und die Kooperation mit der styria digital one haben einen Besucherboost bewirkt, der einen qualitativ hochwertigen Erfahrungs- und Wissensaustausch mit interessanten Menschen ermöglicht. Besonders gefällt uns der Bundesländerfokus mit zwei Veranstaltungen in Linz und Graz, da wir dort selber mit Niederlassungen vertreten sind. Außerdem wurde mit dem DBT-Award ein Zusatzformat geschaffen, das es vorher nicht gegeben hat und das die Innovationskraft in Österreich fördert und sichtbar macht. Insgesamt ist die Veranstaltungsreihe sehr hochwertig geworden.“

Im Gespräch mit **medianet** erzählen die beiden DBT-Initiatoren Barbara Rauchwarter (Unternehmenssprecherin; Leiterin Marketing & Kommunikation APA – Austria Presse Agentur) und Alexis Johann (Geschäftsführer styria digital one) über die Veranstaltungsreihe und die dahinterliegenden Beweggründe.

medianet: Was ist die DBT eigentlich genau?

Barbara Rauchwarter: Eine Plattform und Veranstaltungsreihe, die aus der E-Business-Community hervorgegangen ist. Das war eine Community, die ein bisschen in die Jahre gekommen und in den Medien nicht mehr wirklich stark vertreten war. Die styria digital one und die APA haben sich zusammengesetzt, um das zu ändern – mit Erfolg. Die Digital Business Trends treffen sich jetzt zwölf Mal im Jahr, davon



© APA-Fotografie/Preis

sind zehn der Veranstaltungen öffentlich, zwei außerhalb von Wien, in Linz und Graz. Die Thematik bezieht sich auf aktuelle Themen rund um die Digitalisierung, die wir als gesellschaftliche Querschnittsmaterie betrachten. Denn egal ob Gesundheit, Tourismus oder Logistik, es gibt keine Branche, die sich der Digitalisierung entziehen kann. **Alexis Johann:** Als erstes wurde die Telekommunikationsindustrie von der Digitalisierung getroffen, dann kam die Medienbranche. Die APA und auch die Styria sind mittendrin in dieser Transformation. Und wenn man hier nichts tut, ist der Zug schnell abgefahren. Man muss einfach das Bewusstsein dafür schaffen. Die nächsten Branchen, die es treffen wird, sind meiner Meinung nach die Banken und Versicherungen. Unsere Erfahrungen würden wir jetzt gern teilen, und auch die unserer Partner. Dabei sind wir offen für alle und wollen keine Exklusivität. Vielmehr Know-how-Transfer und Erfahrungsaustausch.

Rauchwarter: Dazu laden wir auch immer Top-Keynote-Speaker ein; dabei steht nicht das wirtschaftliche, sondern ganz klar das inhaltliche Interesse im Vordergrund.

medianet: Gibt es dabei Themen, die mehr Leute anziehen?

Rauchwarter: Digitales Marketing und auch das Thema Big Data haben einen besonders großen Zulauf und eine sehr hohe Besucheranzahl mit sich gebracht.

Johann: Die Erfahrungen der APA kommen uns da sehr gelegen, was den Themenrahmen betrifft. Wir sind nah dran an aktuellen Geschehnissen. Auch die Themen Robotik und Automatisierung locken viele Gäste. Hier stellten z.B. die TU Wien und die FH Technikum Wien in Österreich entwickelte Robotersysteme vor.



© APA-Fotografie/Preis

Digital Business Trend Award

Mit „Digital Business Revolution“ & „Digital Business Evolution“ gibt es zwei Kategorien, die sich beide mit der Entwicklung rund um die Themen Kommunikation und Digitalisierung beschäftigen. Bis 31. Juli kann noch kostenlos eingereicht werden, am 14. Dezember wird der Preis dann im Zuge der Award-Show in Wien verliehen. Der Preis wird von der APA mit je 4.000 € pro Kategorie gesponsert.

4.000
Euro

medianet: Wer sind Ihre Besucher?

Rauchwarter: Viele Vertreter und Entscheidungsträger von Unternehmen, da es primär darum geht, wie man im eigenen Geschäft mit der Thematik Digitalisierung umgeht. Aber auch Studentinnen und Studenten von Fachhochschulen bzw. Universitäten zählen zu unseren Besuchern. Je nach Themenschwerpunkt variiert unser Publikum auch stark, der fixe Stamm ist nur ein kleiner Teil.

medianet: Und welche Botschaft wollen Sie mit der DBT verbreiten?

Johann: Die Message ist, dass wir uns als Gesellschaft, aber auch als wirtschaftlich agierende Unternehmen mit der Digitalisierung auseinandersetzen müssen. Im Moment tun wir das nicht oder zu wenig, es herrscht oft Rückschritt statt Fortschritt, und wir verlieren Wettbewerbspositionen und Jobs. Entweder wir werden von der digitalen Welle überrollt, oder wir betrachten sie als Chance für neue Möglichkeiten.

Rauchwarter: Wir sind definitiv keine Lobbying-Plattform und haben auch keinen Förderungskatalog für die Regierung. Unser Ziel

ist vielmehr, die relevanten Player zu vernetzen und als Partner zu haben, um gemeinsam Ideen auszutauschen und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Gemeinsam können wir dann daran arbeiten, die Digitalisierung als Chance zu nutzen. Natürlich werden Arbeitsplätze verloren gehen, aber wiederum auch neue entstehen, wenn man sich rechtzeitig damit befasst.

medianet: Wer sind Ihre Partner?

Johann: Unter anderem die ING-DiBa Austria und die Erste Bank; beide sind in ihrer Branche führend, was globale Konzepte und hochgradig digitalisierende Produkte betrifft. Auch die Navax Unternehmensgruppe, neben ING-DiBaAustria unser zweiter Premium-Partner, und die TU Wien als wissenschaftlichen Partner haben wir mit an Bord. Weiters zählen aktuell auch A1 Telekom Austria, CMS Reich-Rohrwig Hainz, Deloitte, Dimension Data Austria, der Fachverband der Elektro- und Elektronikindustrie (FEEI), IBM Österreich, Samsung Electronics Austria, STRG.AT, Werbeplanung.at und die Wirtschaftskammer Österreich zu unseren Partnern.

medianet: Und wie steht es um die Medienbranche?

Johann: Hier spielt die Marktgröße eine wichtige Rolle – man braucht mehr Innovatoren, Seher und User. Es findet ein Verdrängungswettbewerb statt, der damit einhergeht, dass große Medienunternehmen ihre Arme – global gesehen – ausstrecken und nicht nur in ihrem eigenen Land agieren.

Rauchwarter: Die Redaktionen werden sich mehr in Richtung Technologie bewegen. Man muss sehen, wo man den Markt im digitalen Bereich hinführen kann. Die Kombination ist schwierig im kleinen Österreich, du brauchst Investment für neue Technologie, musst aber auch in journalistische Inhalte investieren – eine teure Kombination.

Johann: APA und Styria sehen die digitale Transformation als Kernstrategie. Auch der ORF hat ein Start-up-Hub gegründet und ist damit sehr erfolgreich, auch international gesehen.

medianet: Wie wird Ihr Veranstaltungsformat eigentlich finanziert?

Rauchwarter: Das Partnerkonzept ist mit Geld verbunden. Wir bieten zwei Leistungspakete zur Auswahl – die Classic-Partnerschaft mit 7.000 Euro im Jahr und die Premium-Partnerschaft mit 20.000 Euro im Jahr.

medianet: Was bieten Sie Ihren Partnern dafür?

Rauchwarter: Wir organisieren zwölf Veranstaltungen im Jahr und garantieren den Partnern Präsenz, umfangreiche PR und hohes Werbeaufkommen. Wir begleiten die Veranstaltung unter anderem mit Presseaussendungen, Videos und Social-Media-Auftritten. Außerdem können sich die Partner auch mit anderen Unternehmen vernetzen und sich gut präsentieren bzw. ihre Expertinnen und Experten positionieren.

Die Initiatoren

Barbara Rauchwarter (Unternehmenssprecherin; Leiterin Marketing & Kommunikation APA – Austria Presse Agentur) und Alexis Johann (Geschäftsführer styria digital) sind die zwei Masterminds hinter der DBT. Die nächste Veranstaltung findet am 29. September statt; das Thema lautet: „Die Chatbots kommen – auf dem Weg zum ‚conversational commerce‘“. Die Veranstaltungen sind stets gut besucht. Nähere Infos unter: www.dbt.at

Partnerprinzip

Beim Partnerkonzept gibt es zwei Leistungspakete zur Auswahl – die Classic-Partnerschaft mit 7.000 € im Jahr und die Premium-Partnerschaft mit 20.000 € im Jahr.

DBT Partner

Premium Partner

ING-DiBa Austria & Navax Unternehmensgruppe

Classic Partner

strg.at, werbeplanung.at, A1 Telekom Austria, WKO, Deloitte, Erste Bank, FEEI, IBM, Samsung, CMS Reich-Rohrwig Hainz.

Wissenschaftliche Partner

Technische Universität Wien (TU)