

© boerding/Marko Kovic

Storytelling Leopold Gröbl (Strategy Director Mindshare) können.

© boerding/Marko Kovic

Storytelling Leopold Gröbl (Strategy Director Mindshare) zeigte, wie aus Big Data Smart Data werden können.



Next Steps

Die DMX, die Messe für Digitalmarketing, eCommerce und IT, ging in einer Neuauflage über die Bühne.

WIEN. Zwei Tage, 80 nationale und internationale Aussteller und zahlreiche Branchen-Besucher – dies sind die Zahlen der DMX Austria 2017. Die Fachmesse für Digitalmarketing, eCommerce und erstmals auch IT wurde bewusst verkleinert.

Für Projektleiter Thomas Hecht ist das eine positive Entscheidung: „Die Messe im verkleinerten Rahmen bringt den Vorteil mit sich, besonders kundenspezifisch agieren zu können. So entsteht ein besserer Kontakt mit wahren Interessenten, die konkrete Hilfe für die Next Steps der Digitalisierung suchen. Im Unterschied zu einem Kongress wollen wir nicht gemütlich sein und nur darüber reden, sondern die Österreicher ermutigen, aktiv den Weg in die Digitalisierung zu gehen.“

Gemeinsam mit Partnern wie der FH St. Pölten und dem DMVÖ wurde ein umfangreiches Rahmenprogramm zu verschiedensten Aspekten der Digitalisierung geboten. Besonders großen Anklang fand die Podiumsdiskussion zum Thema EU-Datenschutz-Grundverordnung, bei der die Experten Alexandra Vetrovsky-Brychta (Geschäftsführerin Purpur Media), Martin Wilfing (Geschäftsführer DMVÖ), Jürgen Polterauer (Geschäftsführer Dialogschmiede) und Anton Jenzer (Präsident DMVÖ, Geschäftsführer VSG Direkt und digiDruck) über die Herausforderungen und Chancen der ab 25. Mai 2018 in Kraft tretenden neuen Regelungen diskutierten.

Junge Zielgruppen

Ein weiteres Highlight war die Keynote von Stefan Gröner (Strategieberater, Change-Manager und Vortragsredner). In seinem Vortrag „Kommunikation in den Zeiten von Snapchat, Instagram & Co. – wie man heute junge Zielgruppen erreicht“ ging Gröner auf die Trends und Gefahren für Unternehmen bei der Kommunikation mit jungen Menschen, vor allem über Social Media-Kanäle, ein.

Human to Human

Das Fazit: Man brauche Inhalte, die die Leute von sich aus gut fänden. Dabei gehe es nicht um B2C oder B2B, sondern um Human-to-Human-Kommunikation. Peter Gentsch (Gründer und Teilhaber BIG Social Media) hielt die zweite Keynote und sprach über „Algorithmics – Automation – Artificial Intelligence: Game Changer für das E-Business“.

Gentsch beschrieb ein mögliches Zukunftsszenario für Unternehmen, in welchem diese nur noch aufgrund von Algorithmen Firmenentscheidungen treffen würden. „Die Kunst wird es sein, eine Balance zu finden zwischen menschlicher Interaktion und dem Einsatz von Bots“, so Gentsch.

Die dritte Keynote der Fachmesse wurde von Thrillerautor, Speaker, Berater und Dozent Veit Etzold gehalten. In

seinem Vortrag „Digital Storytelling – Content-Marketing für die Märkte von morgen“ beschrieb Etzold das menschliche Hirn als paranoid, das vor 70.000 Jahren das letzte „Update“ bekam und immer vom Schlimmsten ausgehe.

Darum müssten auch alle großen Geschichten einen Umweg über das *Negative* machen, bevor sie zum Happy End kommen. „Eine Welt, die nicht negativ ist, wird von unserem Gehirn nicht für voll genommen. Ohne Schurken verkauft man eine Lösung ohne Problem“, erklärte Etzold.

Storytelling

Auch in anderen Programmpunkten der Fachmesse ging es um das Thema Storytelling: Leopold Grübl (Strategy Director Mindshare) zeigte beim Campus Talk DMX (präsentiert von der FH St. Pölten), wie man aus Big Data Smart Data machen kann und wie diese Insights in die Kampagnen-Konzeption und Distribution einfließen.

Ihr Kommentar zum Thema

Ihr Kommentar...

Eva Mandl (Geschäftsführerin Himmelhoch) sprach im Fachvortrag „Facts tell, Stories Sell – Content, Storytelling und PR“ über inspirierende Momente in erfolgreicher PR und gab konkrete Tipps, wie Aufmerksamkeit auf ein Unternehmen gelenkt werden kann.

Informatives Get-together

Neben den Keynotes und zahlreichen Fachvorträgen gab es auch in diesem Jahr wieder die Möglichkeit zum interaktiven Austausch am Meeting Point. Dieser wurde von der FH St. Pölten präsentiert und behandelte unterschiedliche Lösungsansätze der Digitalisierungs-Herausforderungen von verschiedensten Unternehmen, wie zum Beispiel ÖBB, Ötztal Tourismus, twyn group und Internorm. (*red*)