

# „Aus Realtime wird Instant“

Welche Chancen Urbanisierung und Digitalisierung auf Vermarktungsseite bringen – und welche Szenarien Experten für Smart Cities sehen.

Bericht von **Ralf Dzioblowski**

Schon Perikles wusste: „Wer an den Dingen der Stadt keinen Anteil nimmt, ist kein stiller, sondern ein schlechter Bürger.“ 66 Prozent der Menschen in Österreich leben in Städten und Stadtregionen. Laut Schätzung der UNO wird die Urbanisierungsrate in Österreich 2040 bei 75 Prozent liegen. Doch was ist „smart“ an einer Smart City? HORIZONT befragte Marketing- und Digital-Experten, wie Smart Cities die eigene Branche beeinflussen und determinieren.

Ursula Arnold, CEO von Mindshare, meint: „Bei Mindshare sprechen wir von einer Smart World. Die Mobilfunkgeneration 5G bringt eine gigantische Datengeschwindigkeit und zusätzlich die Vernetzung von Devices in einem noch nicht vorstellbaren Ausmaß. Die Treiber sind immer mehr IoT-Geräte im Gebrauch. Sprachassistenten, autonomes Fahren, Warenabläufe, Smart Home, Wearables und intelligente Geräte – Smart Appliances – werden alle nahtlos und sofort verbunden sein. Es geht um Verlässlichkeit, denn 5G wird uns eine intelligente Interkonnektivität ermöglichen. Das Smartphone bekommt als Steuergerät der kommenden Smart World eine neue Rolle und Bedeutung.“ All



Mindshare CEO **Ursula Arnold** ist davon überzeugt, dass man durch 5G im Mediabereich noch „granularer“ planen und umsetzen könne als bisher.

© Nuno Felipe Oliveira

das habe natürlich Auswirkungen auf die Branche. „Für Werbung und Mediaplanung bedeutet die Mobilfunkgeneration 5G, total personalisiert auf allen internetfähigen Geräten präsent sein zu können. Aus Realtime wird damit Instant. Werbetreibende können völlig neuartige und immersive Produkterlebnisse schaffen. Wir können noch granularer als bisher planen und umsetzen“, erklärt Arnold. Das seien dann etwa individuellere Targeting-Möglichkeiten, Lösungen und Kampagneninhalte. Das setze zugleich eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen sowie Künstlicher Intelligenz für die Kommunikationsbranche voraus, um Insights über Data Audiences auch wirklich intelligent nutzen zu können.

Laut Sascha Berndl, Geschäftsführer von Infoscreen, helfen Vernetzung und Digitalisierung Medien wie Infoscreen, neben der Informations- auch eine Servicequalität aufzubauen. „Nur in dieser Smart City ist es möglich, etwa den Fahrgästen in den ‚Öffis‘ in Echtzeit anzuzeigen, welche Umsteigemöglichkeiten und Kulturangebote es an der nächsten Station gibt. Medien, die das bieten, sind automatisch auch für Werbekunden attraktiv. Wenn sich das Medium mit den Zusehern bewegt, kann man das Programm exakt auf

den Streckenverlauf abstimmen und gezielt Angebote und Aktionen bewerben. Wir nennen das Location Based Advertising“, so Berndl. Da das 5G-Netz viel engmaschiger gespannt werden müsse, ermögliche das ein viel präziseres Zielgruppen-Targeting. „Als einziges digitales Nachrichtenmedium im öffentlichen Raum mit Millionenreichweite muss Infoscreen

das Leitmedium der Smart City sein“, zeigt sich Berndl überzeugt.

In der Kombination von Smart und 5G sieht Arnold ihrerseits den kommenden Paradigmenwechsel: „5G wird laut unserer Studie ‚Mindshare Futures 2020‘ in einigen Jahren in einer Vollausbaustufe da sein. Es gibt gute Gründe, das Hauptaugenmerk auf diese Entwicklung zu legen.“



Infoscreen-Geschäftsführer **Sascha Berndl** glaubt an 5G als Auslöser für einen immensen Investitionsschub auch in der Hardware. © Laresser

**mehr wien zum leben.**

**Ihre LEBENSQUALITÄT ist unsere Aufgabe.**

Kultur, Immobilien, Logistik und Medien:  
Die Wien Holding schafft Lebensqualität für unsere Stadt. 365 Tage im Jahr zu jeder Zeit an jedem Ort. Für alle Wienerinnen und Wiener.

**mehr wien zum leben. wienholding**

Ein Unternehmen der Stadt Wien

[www.wienholding.at](http://www.wienholding.at)