



[Drucken](#) | [Zurück](#) | [Startseite](#)

## Spieltrieb, Shitstorms und das "Internet of Things" am Arlberg !

© OTS

26.03.2012 13:26:01 - **Beim 6. Media&Lifestyle Summit in Zürs am Arlberg diskutierten internationale Experten über "Gamification", die Rolle von Social Media in der Krisenkommunikation und die nächste Entwicklungsstufe des Internet.**

(live-PR.com) -

Zürs, 18.-21. März 2012 - Rund 50 Medien- und Kommunikationsexperten fanden sich in der einzigartigen Atmosphäre des Hotels Zürserhof am Arlberg zum Media&Lifestyle Summit 2012 um zwei Tage lang über die heißesten Trends der Kommunikationswelt zu diskutieren. Drei Themen hat Rudi Klausnitzer, der Initiator des Gipfeltreffens, auf die Tagesordnung gesetzt: Gamification, Pervasive Computing und Krisenkommunikation in Zeiten von Social Media. Dafür, dass das Thema Gamification nicht nur in der Theorie abgehandelt wurde, sorgten dann die Casinos Austria mit ihrer Pokernight am Montag Abend. Rudi Klausnitzer: "Dank unserer Partner beim Summit, der Wien Holding, Raiffeisen Ware, der Tageszeitung Kurier und der Verlagsgruppe News hat sich rund um diese hochaktuellen Themen eine wirklich spannende Diskussion im Schnittfeld zwischen Wirtschaft und Medien ergeben!"

Wie man sich und andere ausbeutet und dabei noch Spaß hat!

Dr. Mario Herger, Senior Innovationsstrategie beim Softwaregiganten SAP im kalifornischen Palo Alto und gebürtiger Österreicher leitet eine groß angelegte Gamifizierungsinitiative bei SAP: "Gamification nutzt die Gesetze und Mechaniken von Spielen, um Probleme zu lösen und das Publikum zu involvieren." Hergers Vortrag zeigte praktische Anwendungen bei Elektroautos, die zum sparsamen Fahren animieren, bis hin zu Altglascontainern mit Spielelementen, die eine vielfach höhere Recycling-Rate verzeichnen. Herger zitiert Untersuchungen wonach der weltweite Markt für Gamification - also die Integration von Spielelementen in Produkte, Dienstleistungen, Software-Programme oder Kommunikationsstrategien von gegenwärtig 100 Millionen Euro bis 2016 auf 2,8 Milliarden Dollar anwachsen wird. Der US-Amerikaner Scott Schnaars, General Manager von Badgeville für Europa präsentierte im Anschluss wie sein rasch wachsendes Unternehmen bereits jetzt Unternehmen bei der Implementierung von Gamification in Produktions- und Vertriebsprozesse berät und unterstützt.

Nach diesen beiden Impulsreferaten diskutierten im Anschluss Axel Bogocz, Chef der Verlagsgruppe News, Eugen Russ, Russ Media, und George Nimeh, Geschäftsführer von [Kurier.at](#) über die Möglichkeiten, Gamification in die Geschäftsmodelle von Medienunternehmen zu integrieren. Gerald Reischl, Chefredakteur der Kurier futurezone, präsentierte ein angewandtes Beispiel von Gamifizierung, nämlich einen breit angelegten Foto-Wettbewerb, der in Kürze auf [futurezone.at](#) startet. Unter dem Motto "Zeitreise" werden die User aufgefordert, Fotos aus ihrer Kindheit möglichst originalgetreu nachzustellen.

"Internet of Things"

"Das Web mag tot sein, aber das Internet ist überall" mit dieser provokanten These eröffnete Professor Dr. Alois Ferscha, Vorstand des Instituts für Pervasive Computing an der Universität Linz sein Referat. Ferscha zeigte, wie Computer zu einem immer integrierteren Bestandteil des täglichen Lebens werden. Das Neue dabei: Nicht der User wird künftig die Technologie aktiv steuern, sondern der Computer beobachtet den User, lernt seine Gewohnheiten und richtet sich danach. David Rowan, der Chefredakteur des Magazins Wired UK gab dazu einen Überblick über den aktuellen Stand bei alternativen Steuerungstechnologien - von Gesten über Augen bis hin zu gedankengesteuerten Fahrzeugen.

"Cloudy, with a chance of shitstorms"

Gastgeber Rudi Klausnitzer (DMC GROUP) sprach über die zunehmende Bedeutung von Social Media beim Krisenmanagement von Unternehmen oder Institutionen. Klausnitzer: "80 Prozent der Unternehmen haben einen Krisenkommunikationsplan, aber nur 20 Prozent haben die sozialen Netzwerke dabei berücksichtigt." Sebastian Loudon Herausgeber der Branchenzeitung HORIZONT gab einen praktischen Einblick über jene neue Form der Öffentlichkeit, die Twitter unter österreichischen Opinion-Leadern geschaffen hat. Univ.DoZ. DDr. Julia Wippersperg (APA Mediawatch), profil-Herausgeber Dr. Christian Rainer und Wien-Holding-Chef KR Peter Hanke diskutierten über die Auswirkungen von Twitter und Facebook Kampagnen auf Wirtschaft und Medien. KR Hanke: "der stark wachsende Einfluss von Social Media ist eine große Herausforderung in der Unternehmenskommunikation aller Wirtschaftsbereiche, auf die wir uns möglichst rasch einstellen müssen!"

Rückfragehinweis:

Nicole Haid,  
E-mail: [nicole.haid@dmcgroup.eu](mailto:nicole.haid@dmcgroup.eu)  
Tel.: +43-676-7552304

Digitale Pressemappe: [www.ots.at/pressemappe/13938/aom](http://www.ots.at/pressemappe/13938/aom)

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - [WWW.OTS.AT](http://WWW.OTS.AT) \*\*\*

OTS0175 2012-03-26/13:21

**Erklärung:**

(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Alle Rechte vorbehalten. Eine redaktionelle Verwertung der Inhalte ist ausdrücklich erwünscht, eine darüber hinausgehende Verwendung jedoch nur für den privaten Gebrauch zulässig. Eine Speicherung in Datenbanken sowie jegliche nicht-redaktionelle Nutzung und damit verbundene Weitergabe an Dritte in welcher Form auch immer sind nur mit schriftlicher Genehmigung durch die APA-OTS Originaltext- Service GmbH gestattet. Für den Fall, dass Sie die Inhalte von APA-OTS weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, informieren Sie sich bitte über den OTS Content-Partnerschaftsservice unter <http://www.ots.at> oder rufen Sie Tel. ++43/(0)1 /36060-5320.

**Erklärung:** Der Autor versichert, dass die veröffentlichten Inhalte in dieser Pressemitteilung der Wahrheit entsprechen und dem gesetzlichen Urheberrechte unterliegen.