

Special Innovation

Peter Bruck: „Unser Ziel ist es, Menschen und Projekte auszuzeichnen, denen bei multimedialen Projekten der Mehrwert für User ein Anliegen ist“, erklärt der Präsident des Internationalen Centrums für Neue Medien und Leiter der Research Studios Austria bei ARC Seibersdorf Research.

Staatspreis für multimediale Lösungen

Manfred Lechner

economy: Was sind die derzeitigen Multimedia-Trends?

Peter Bruck: Generell sind drei Trends erkennbar. Zum einen außerordentliche Multimedia-Installationen, die sich durch technische Perfektion und die Tiefe der aufbereiteten Inhalte auszeichnen. Wie etwa die für den Staatspreis nominierte Installation im Parlament, die sowohl eine Darstellung der Institution als auch des Demokratieprozesses vermittelt.

In welche Richtungen weisen die beiden anderen Trends?

Diese betreffen usergenerierte Inhalte und positionsbezogene mobile Informationssysteme. Sicher ist, dass die Integration usergenerierter Inhalte in Marketing beziehungsweise bei Web-Informationen-

angeboten eine zunehmend größere Rolle spielen wird. Was die positionsbezogenen Informationssysteme betrifft, beobachte ich unter den Nominierten hoch innovative und zukunftsweisende Umsetzungen.

Wurden solche Projekte für den Staatspreis nominiert?

Zu erwähnen sind der Asfinag-Road-Pilot, der Autofahrer über das aktuelle Autobahn-Verkehrsgeschehen informiert, und ein mobiles positionsbezogenes Tourismusinformationssystem, welches auch die Möglichkeit bietet, usergenerierte Inhalte wie beispielsweise individuelle Routen oder Restaurant-Empfehlungen der Community zur Verfügung zu stellen.

Welche Bedeutung hat der Multimedia-Staatspreis?

Der Staatspreis zeichnet sich dadurch aus, dass unter Exzellenz der Mehrwert für User verstanden wird. Im Unterschied zu vergleichbaren Preisen kommt es beispielsweise zu keinen Effizienzmessungen. Weiters ist wirtschaftlicher Erfolg nicht maßgebend für Preiswürdigkeit. Der Preis trägt aber auch dazu bei, sowohl in der Öffentlichkeit als auch innerhalb der Branche die von uns vertretenen Qualitätskriterien zu etablieren.

Wie erfolgreich sind frühere Preisträger?

Festzustellen ist, dass alle bisherigen Preisträger durch



Preiswürdige Projekte müssen Usern ein Mehr an Nutzungsfreundlichkeit und Effizienzgewinne ermöglichen. Foto: ICNM

die Bank wirtschaftlich erfolgreich waren und sind.

Wie wichtig sind Multimedia-Angebote für Kinder?

Sie haben einen großen Stellenwert, da positiv besetzte und erinnerte Medien-Erlebnisse bei Kindern ein Qualitätsbe-

wusstsein heranbilden. Gefragt sind erlebnisintensive und abwechslungsreiche Inhalte. Einen interessanten Ansatz verfolgt das für den Staatspreis nominierte Projekt „Ski Racing 2006 feat.“. Das Spiel bietet die Möglichkeit, sich als virtueller Abfahrtsläufer zu versuchen.

Weiters wird angeboten, unterschiedliche Skifahrer-Identitäten anzunehmen und so zum Beispiel als Hermann Maier die Lauberhorn-Abfahrt zu absolvieren. Spannend ist, dass unterschiedliche Beobachter-Standpunkte gewählt werden können und eine große Auswahl an verschiedenen Abfahrtspisten angeboten wird.

Welchen Stellenwert haben Web 2.0-Lösungen?

Man muss sehr klar unterscheiden: Es gibt einen spielerischen Mehrwert für Nutzer wie beispielsweise bei Flickr, wo die Community über private Mitteilungen aufgebaut wird, die wieder einem gewissen Segment der Jugendkultur entspricht. Solche Phänomene müssen von kommerziell relevanten Formen unterschieden werden, bei denen User Leistungen bezahlen sollen. Festzustellen ist, dass diese höheren Formen der Wertschöpfung sich erst am Anfang ihrer Entwicklung befinden.

Wurde ein solches Projekt nominiert?

Das Wiener Unternehmen Fluxiom zeigt beispielhaft, wie Mehrwert für Nutzer sowie eine höhere Wertschöpfungsstufe erreicht werden können. Angeboten wird ein weltweit nutzbarer und einfach zu handhabender Datenaustauschdienst. Fluxiom ist derzeit eines der Unternehmen, die Web 2.0 voll entsprechen.

Steckbrief



Peter Bruck ist Präsident des ICNM und Leiter der Research Studios Austria.

Foto: ICNM

Social Software als Innovationstreiber

Erster österreichischer Multimedia-Business Talk als Plattform für hochkarätige Experten-Diskussionen.

Die Schlagworte „Web 2.0“ und „Social Software“ stehen seit zwei Jahren für den Wandel der Internet-Nutzung. Die bis dahin übliche Einweg-Kommunikation über Internet-Seiten wird derzeit schon und in Zukunft verstärkt von aktiver Nutzung und Informationsaustausch zwischen den Usern untereinander abgelöst werden.

Die neuen Trends bilden auch einen der beiden Schwerpunkte des heuer erstmals stattfindenden Business Talk zum Thema „Next Generation Media: Österreichs Multimedia Busi-

ness auf dem Weg in die digitale Zukunft“. Die Veranstaltung findet am 19. September in der Wiener Telekom-Zentrale statt.

Herausforderung Web 2.0

Zweiter Schwerpunkt ist eine Bestandsaufnahme des Kreativpotenzials in Österreich und dessen Förderung durch Wettbewerbe wie den Staatspreis für Multimedia & E-Business, der nach dem Business Talk im Wiener Konzerthaus übergeben werden wird. Im Rahmen von zwei Expertenpanels werden die Herausforderungen und

Möglichkeiten des Einsatzes von Social Software in Unternehmen diskutiert. Tatsache ist, dass Firmen Web 2.0 bisher zögerlich nutzen. Ein Grund dafür ist, dass diese Instrumente einen weit differenzierteren Kundenkontakt ermöglichen. Schaffen Unternehmen entsprechende Plattformen, müssen sie damit rechnen, dass Kunden diese auch für das Posten von negativen Kommentaren über Produkte oder Servicequalität nutzen. Dies dürfte der entscheidende Punkt sein, warum Unternehmen bisher

zurückschrecken, sich kundenfreundlicherer Lösungen zu bedienen. Wie aus einer Umfrage der Fachmagazine *Internethandel* und *Internet World Business* hervorgeht, ermöglichen zwar zwei Drittel der Händler die Weiterempfehlung von Produkten, aber nur zwölf Prozent bieten auch Raum für Anmerkungen über Produkte und Sortiment. Ein verschwindend geringer Anteil von bloß einem Prozent der befragten Händler schuf die Voraussetzungen, dass sich Kunden untereinander austauschen können. Eine Re-

search Note von Gartner zeigt, dass europäische Unternehmen dem Web 2.0-Trend hinterherhinken. Wie die Analysten feststellen, werden nur vereinzelt Initiativen gesetzt. Web 2.0 wird alle Branchen betreffen, deren Geschäfte in direktem Endkunden-Kontakt stattfinden.

Folgerichtig fordert Gartner Unternehmen auf, sich unverzüglich über die Auswirkungen von Web 2.0 zu informieren, um sich so möglichst rasch an die neuen Bedingungen anpassen zu können. malech

www.multimedia-staatspreis.at