

Kommentar Wolfgang Bscheid, 1. Vorsitzender:

Schon heute erfahren, was morgen die Märkte bestimmt – zur Gründung des Vereins „Zukunft Digital“

Unsere Medienlandschaft verändert sich rasant. Wie in einem bunt wuchernden Treibhaus reifen zahlreiche inhaltliche und technische Ideen heran – und viele davon werden die Medienbranche und große Bereiche der Marktwirtschaft auf den Kopf stellen.

Wer in Zukunft bestehen möchte, braucht ein tiefgehendes Verständnis für die treibenden Kräfte dieser Entwicklung. Am besten schon heute. Dieses Know-how zu fördern: Das ist das Hauptziel des Vereins „Zukunft Digital“.

Ziel 1: Verständnis entwickeln für den übergreifenden Gesamtmarkt der Zukunft

In vielen Gesprächen, die ich mit Kunden geführt habe, stellte sich klar heraus: Es gibt keine Ausnahmen - ein jeder betritt Neuland. Die Grenzen der einzelnen Märkte fallen und ihre unterschiedlichen Kräfte und Business-Logiken stoßen aufeinander. Es entsteht ein übergreifender Gesamtmarkt, in dem wir alle - Medien, Agenturen, Netzwerkbetreiber, Telekommunikationsanbieter, IT-Dienstleister und Werbekunden – in Zukunft gemeinsam agieren werden. Für diesen Gesamtmarkt gibt es jedoch noch keine integrierten und übergreifenden Strukturen und Business-Modelle. Wir müssen sie erst entwickeln.

Das ist eine der Aufgaben des Vereins – und dementsprechend heterogen ist seine Teilnehmerstruktur. Unter seinem Dach sind alle relevanten Vertreter des sich neu entwickelnden Wirtschaftsraums vertreten. „Zukunft Digital“ bietet ihnen den Rahmen für einen ausführlichen Erfahrungsaustausch und um gemeinsam Strukturen und Modelle zu entwerfen, die für die Marktwirtschaft der Zukunft nötig sind.

Ziel 2: Interdisziplinäres Forschen nach leistungsstarken Medieninnovationen

Gemeinsam werden die Vereinsmitglieder ihre Standpunkte überprüfen und Perspektiven entwickeln. „Zukunft Digital“ dient ihnen dazu als Basis für gemeinsame Forschungs-

vorhaben. Ein jeder steuert dafür seine Expertise bei. Auf diese Weise entstehen interdisziplinäre Projekte, in denen neue Techniken und Inhalte auf ihre Akzeptanz bei den Verbrauchern überprüft werden.

Zudem soll herausgefunden werden, wie leistungsfähig und umsatzstark erfolversprechende Innovationen tatsächlich sind. „Zukunft Digital“ will dazu beitragen Investitionsrisiken zu reduzieren.

Ziel 3: Die Medientechnik der Zukunft anfassbar und verständlich machen

Viele Unternehmenslenker haben zwar die Entscheidungsgewalt, aber keine Erfahrung mit neuen Technologien. Entsprechend hoch ist die die Gefahr von Fehlentscheidungen. Deshalb macht „Zukunft Digital“ neue Technik anfaßbar, erlebbar. Der Verein wird ab Mai in München einen Showroom betreiben, in dem Vereinspartner und ihre Kunden nach Lust und Laune in der neuen Medienwelt stöbern und alle international verfügbaren Technologien im Realbetrieb testen können. Zudem wird eine ausgeklügelte Installation visionäre Anwendungsszenarien weitgehend lebensecht präsentieren.

Ich lade Sie alle herzlich ein, nehmen Sie teil an „Zukunft Digital“. So werden Sie vom passiven Betrachter zum aktiven Gestalter Ihrer und unserer digitalen Zukunft. Allen Vereinsmitgliedern und Partnern wünsche ich spannende Projekte, wertvolle Erfahrungen und neue Partnerschaften, die über ihre derzeitigen Branchengrenzen hinausreichen.

Wolfgang Bscheid, 1. Vorsitzender „Zukunft Digital“

27.März 2008