



**TIROLER
WIRTSCHAFTS
FORUM**

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSTAGUNG

**TIROLER
WIRTSCHAFTS
FORUM**

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSTAGUNG



INDUSTRIELLENVEREINIGUNG
TIROL

PROGRAMM

Ganztätig

Start-ups und Jungunternehmer aus der Region präsentieren sich

Nützen Sie die Gelegenheit für spannende Gespräche, mögliche Partnerschaften, Investments u.ä.m.

9:00 Uhr

Einlass, Registrierung & **Business Breakfast**

10:00 Uhr

Begrüßung: Christoph Swarovski, Präsident der Industriellenvereinigung Tirol

10:15 – 12:00 Uhr

Industrial Metaverse & digitale Transformation – Aufbruch in ein neues Zeitalter

Hanna Hennig | Chief Information Officer, Siemens AG, München

Gesundheit 2050 – Perfektion aus der Retorte oder unwägbare Risiken?

Axel Paeger | Gründer & CEO, AMEOS Gruppe, Zürich

12:00 – 13:30 Uhr

Mittagspause

13:30 – 14:45 Uhr

Digitale Revolution – Science oder Fiction?

Karl Lamprecht | Vorsitzender des Vorstands, ZEISS Gruppe, Oberkochen/D

Let's talk „Start-up“

Georg Kofler | Medienunternehmer, Hauptaktionär & Chairman, Social Chain AG, Juror & Investor in der Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“, Berlin & München

Entrepreneurship in Tirol – Erfahrungen eines High-Tech Start-ups

Mitglieder des Gründungsteams von Holo-Light
Podiumsrunde mit Q&A

14:45 – 15:15 Uhr

Networking-Pause

15:15 – 16:30 Uhr

(Europäische) Sicherheit inmitten globaler Machtverschiebungen

Hans-Lothar Domröse | General und NATO-Befehlshaber a.D., Brunssum/NL

Die neue Individualisierung im Marketing:

Gestern war der Kunde König. Heute ist er gläsern.

Hans-Holger Albrecht | Chairman von Storytel, Stockholm / VEON Ventures, Amsterdam / Scout24, München und Deezer, Paris

16:30 Uhr

Gemütlicher Ausklang mit Weinverkostung und Tiroler Marende

Moderation

Alois Vahrner

Chefredakteur der Tiroler Tageszeitung

IMPRESSUM

Konzept und Herstellung: MCI | Die Unternehmerische Hochschule®, Universitätsstraße 15, 6020 Innsbruck, Tel.: 0512/2070 1710, wirtschaftsforum@mci.edu, www.tiroler-wirtschaftsforum.at; Grafik: Janine Kiechl; Interviews: Tiroler Tageszeitung / MCI



Dr. Christoph Swarovski
Präsident der Industriellenvereinigung Tirol

Die Zukunft annehmen und gestalten!

Die zentrale Figur unserer Marktwirtschaft ist der Unternehmer, der an die Zukunft glaubt und deren Gestaltung selbst in die Hand nimmt. Wir brauchen Unternehmer, nicht Unterlasser – denn: Unternehmerlosigkeit bedeutet meist auch Arbeitslosigkeit!

Das Thema des 31. Tiroler Wirtschaftsforums - „Unternehmen statt unterlassen – Technologie, Innovation, Standort, Werte“ – macht neugierig und wird der hohen Qualität dieser Tagung gerecht.

Unternehmerische Werte sind gefragt wie selten zuvor, um die Krisen zu bewältigen, die uns derzeit alle betreffen: Der Krieg in der Ukraine, die Sanktionen gegen Russland, die Inflation, die Verfügbarkeit sowie die hohen Preise von Energie, eine überforderte Politik, Corona, der Klimawandel

und der Fachkräftemangel. Von den Referenten dürfen wir spannende Inputs und Visionen erwarten. Hanna Hennig, Axel Paeger, Hans-Lothar Domröse, Karl Lamprecht und Hans-Holger Albrecht sind Persönlichkeiten und Experten, die in allem was sie tun, Verantwortung übernehmen und Werte leben.

Das Tiroler Wirtschaftsforum ist seit mehr als 30 Jahren der alljährliche Treffpunkt von Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Das Forum lebt von den wertvollen Inputs der eingeladenen Persönlichkeiten und dem Austausch der Teilnehmer untereinander gleichermaßen. Vernetzung und Meinungsaustausch ist gerade in schwierigen Zeiten besonders bedeutend. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme am 31. Tiroler Wirtschaftsforum.

Hanna Hennig

Industrial Metaverse und digitale Transformation – Aufbruch in ein neues Zeitalter

Hanna Hennig hat Wirtschaftswissenschaften und Japanologie an der Universität Hannover studiert. Seit Januar 2020 ist sie Chief Information Officer (CIO) der weltweit operierenden Siemens AG. In dieser Funktion treibt sie die Digitalisierung des internationalen Technologiekonzerns systematisch voran.

Sie ist leidenschaftliche Technologin mit mehr als 25 Jahren Erfahrung in der IT. Während dieser Zeit führte sie unterschiedliche Unternehmen auf ihren Weg in Richtung innovativer Geschäftsmodelle und digitaler Transformation, darunter Osram, Telefonica O2, E.ON, Robert Bosch und Cap Gemini.

Wie würden Sie Ihr Wirken bzw. das Unternehmen in wenigen Sätzen beschreiben?

Wir sind ein führendes Technologieunternehmen im Bereich der Industrie, Infrastruktur, Mobilität und Gesundheit. Wir unterstützen unsere Kunden mit innovativen Technologien, die darauf abzielen ihre Digitalisierungsstrategien umzusetzen und so ihre Industrien und Märkte zu transformieren. Das reicht von ressourceneffizienten Fabriken, widerstandsfähigen Lieferketten, intelligenten Gebäuden und Stromnetzen, über emissionsarme und komfortable Züge bis zu einer fortschrittlichen Gesundheitsversorgung.

Welche Kernkompetenzen und Besonderheiten kennzeichnen Ihr Unternehmen aus?

Wie kaum ein anderes Unternehmen können wir die reale und virtuelle Welt miteinander verbinden. Damit helfen wir unseren Kunden, ihre digitale Transformation zu beschleunigen und von Technologien wie Künstliche Intelligenz oder dem digitalen Zwilling zu profitieren. Außerdem tragen unsere Lösungen dazu bei, den Ausstoß an Kohlendioxid und den Energieverbrauch zu verringern.

Wo sehen Sie wichtige Herausforderungen der nächsten Jahre?

Wir stellen uns vielen Herausforderungen, die wir gleichzeitig auch als Chancen begreifen. Beispiel Klimawandel: Hier gibt es bereits heute technische Lösungen, die darauf abzielen die Erderwärmung einzudämmen. Wir sind davon überzeugt, dass Klimaschutz und wirtschaftliches Handeln Hand in Hand gehen und auch immer stärker durch digitale Lösungen. Schon jetzt zeigt sich, dass Transparenz, etwa in Form eines Co2 Fußabdruckes eines Produktes über die gesamte Lieferkette oder Corporate Social Responsibility für Kunden immer relevanter werden. Klimaschutz und Wirtschaft gehen heute Hand in Hand.

Was war die schwierigste Entscheidung, die Sie je zu treffen hatten?

Ganz eindeutig die Umstellung in das mobile Arbeiten zu Beginn der Corona Krise. Fast über Nacht mussten weltweit 300.000 Arbeitsplätze in das mobile Arbeiten verlagert werden. Dabei haben wir neue Technologien eingesetzt, ohne die Möglichkeit zu haben, diese flächendeckend zu testen. Eine Technologie, bei der es normalerweise Monate dauert, um sie zu implementieren, haben wir in gerade mal zwei Wochen zum Einsatz gebracht. Es war jedoch wichtig, die Produktivität unserer Mitarbeiter sicherzustellen, um sie bestmöglich weiterhin dabei zu unterstützen, die Bedürfnisse unserer Kunden zu adressieren.

Auf welche Entwicklung bzw. Errungenschaft sind Sie besonders stolz?

Hier muss ich noch einmal die Umstellung ins mobile Arbeiten nennen. Die Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und die schnelle Umsetzung durch mein Team ist einfach hervorragend gewesen. Außerdem freue ich mich über unser Digitalisierungsprogramm, das wir mit unseren Werken global (von Europa, über USA, China und Indien) aufgesetzt haben. Wir haben nicht nur die Produktivität unserer Werke weiter gesteigert, sondern dabei auch unsere Siemens IOT Produkte weiterentwickelt. Unsere letzte Errungenschaft ist die Einführung der Xcelerator- Plattform mit dem Xcelerator Marktplatz. Siemens Xcelerator ist eine neue, offene digitale Business-Plattform, die ein kuratiertes Portfolio an IoT-fähiger Hardware und Software, ein leistungsstarkes Ökosystem von Partnern und einen Marktplatz bietet. Es ermöglicht ein Unternehmen mit digitalen Lösungen flexibler, widerstandsfähiger, effizienter und nachhaltiger zu machen.

Sie haben eine beeindruckende Laufbahn vorzuweisen. Was würden Sie als Ihre wichtigste berufliche Station bezeichnen?

In meiner 27-jährigen Berufslaufbahn bin ich in verschiedenen Industriezweigen tätig gewesen: Automotive, Unternehmensberatung, Energie, Halbleiter/Elektronik und Technologie. Bei jedem Unternehmen, das ich bei der digitalen Transformation unterstützen durfte, habe ich wesentliche Erfahrungen gesammelt, die ich bei meinem nächsten Unternehmen nutzen und auf denen ich aufbauen konnte. Die Erkenntnisse und Erfolge aus diesen Stationen, sei es inhaltlich oder führungstechnisch, haben mich auch zu der Führungskraft gemacht, die ich heute bin.



Wo sehen Sie die größten Bewegungen in den nächsten Jahren?

Eine der größten technologischen Beschleunigungen werden wir im IOT Umfeld sehen und den Einsatz vom Industrial Metaverse. Das Industrial Metaverse wird Industrie 4.0 in die virtuelle Welt katapultieren mit einer Kombination aus Digitalem Zwilling und KI. In der virtuellen Welt werden Teams neue Produkte entwickeln, neue Produktionsanlagen planen und bauen und schließlich deren Performance simulieren. All das in einer der Realität fast gleichen Umgebung. Hier stecken enorme Potentiale, Ressourcen zu schonen und damit einen Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften zu leisten.

Was sind die wichtigsten Kompetenzen, die eine Führungskraft mitbringen sollte?

In einer Welt, die so volatil und unberechenbar (VUCA – volatile, uncertain, complex, ambiguous) ist wie heute, muss die moderne Führungskraft nicht nur über den entsprechenden IQ (Intelligenzquotient) und EQ (Emotionaler Intelligenzquotient) verfügen, um sie zu beherrschen. Die Führungskräfte von heute benötigen auch den sog. DQ: Digital Intelligence Quotient. Das bedeutet, dass die Führungskraft über das Wissen und die Fähigkeiten verfügen muss, um digitale Werkzeuge auf die Kultur und die Arbeit der Organisation anzuwenden. Sie kennt die Macht und das Potenzial, das digitale Werkzeuge haben, um die Art und Weise, wie wir arbeiten, zu verändern und die Wirkung zu maximieren. Des Weiteren empfinde ich den agilen Führungsstil als essenziell für eine erfolgreiche Führung. Führungspersönlichkeiten sollten in der Lage sein, situationsabhängig verschiedene Führungsstile anzuwenden. So benötigen Teams in Krisenzeiten vielleicht klare Strukturen und Prozesse, während andere Kontexte mehr Freiheit erfordern, um Innovationen voranzutreiben. Außerdem sollten sie ein „Growth Mindset“ haben, bei der sie immer nach Möglichkeiten zu suchen wie sie ihr Produkt, ihre Dienstleistungen und sich selbst als Führungskraft verbessern können.

Wie verändern sich Geschäftsmodelle in Ihrem Umfeld?

Das Plattform-Business ist das Geschäftsmodell der Zukunft, an dem sich Unternehmen orientieren müssen. Geschäftsmodelle entwickeln sich z.B. weg

vom reinen Hardwareverkauf zur Bereitstellung von Services, z.B. Car-as-a-service-Plattformen machen Märkte transparent und ermöglichen Angebot und Nachfrage global zusammenzubringen, z.B. Airbnb. Sie ermöglichen Netzwerkeffekte, indem 3rd-parties zum eigenen Produkt zusätzliche Angebote machen können, z.B. Apple Store. Letzteres erfordert das Öffnen eigener Produkte für Drittanbieter und damit teilweise die Öffnung der IP eigener Produkte. Das bedarf eines Umdenkens der Organisation, die bislang ihr größtes Gut in der Innovation und dem Schutz ihrer Produkte gesehen hat. Unsere Xcelerator Business-Plattform zeigt genau diesen Wandel auf. Unsere Xcelerator Produktportfolio besteht aus offenen, interoperablen Produkten und Lösungen, auf die andere Partner ihre Lösungen aufbauen können oder sich mit ihnen verbinden.

Welchen Typus von Tätigkeit bzw. Branche finden Sie am spannendsten?

Ich beobachte mit Spannung, was sich im Bereich der autonomen Fahrzeuge, der Cobots (Collaborative Robots) und humanoiden Robotern tut. Zum Beispiel bin ich gespannt auf Elon Musk's Optimus, den humanoiden Roboter, der nun live gehen soll, nachdem er vor einem Jahr angekündigt wurde.

Welche Entscheidung würden Sie aus heutiger Sicht anders treffen?

Je ne regrette rien!

Welches Bild haben Sie von Tirol bzw. Österreich?

Ich schätze die Lebenseinstellung der Österreicher sehr. Insbesondere gefällt mir die Freundlichkeit und eine gewisse Leichtigkeit, mit der österreichische Unternehmen Herausforderungen angehen und die Digitalisierung vorantreiben.

Was haben die Teilnehmenden des Tiroler Wirtschaftsforums von Ihnen zu erwarten?

Ich würde sagen, Denkanstöße rund um einen neuen Trend - das industrielle Metaverse. Auch werde ich das Thema der nachhaltigen und digitalen Transformation von Unternehmen ansprechen.



ERFOLG BAUT AUF IDEEN.

WIR MACHT'S MÖGLICH.

Das Kufsteiner Bau- & Totalunternehmen RIEDERBAU verwirklicht seit 60 Jahren Wohnträume und Großprojekte. Anton Rieder legt nun mit mutigen Ideen und digitalen Innovationen das Fundament für die Zukunft des Familienbetriebs. Und mit einem langjährigen Partner an seiner Seite: Raiffeisen – die Nr. 1 bei Firmenkunden.

Zukunftsfit mit MCI: Unternehmertum & Dynamik

An der **Unternehmerischen Hochschule®** profitieren nicht nur Studierende sondern auch Unternehmer von der **einzigartigen Verbindung von Wissenschaft & Praxis, internationalen Lehrenden & lösungsorientierter Forschung und einem weltweiten Netzwerk.**

Forschung für konkrete Lösungen

Der lösungsorientierte Ansatz lässt der Forschung am MCI eine Schlüsselrolle im Technologie- und Knowhow-Transfer zukommen. Hier stehen nicht nur Erkenntnisgewinne im Vordergrund, sondern auch konkrete Lösungsansätze: das Ergebnis sind innovative Technologien, Verfahren, Produkte und Geschäftsmodelle. Unternehmenspartner erhalten so Zugang zu neuesten Entwicklungen und können technologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen vorausschauend begegnen.

Mehr erfahren: www.mci.edu/f&e

Mentoring the motivated

Mit dynamischem Start-up Spirit begleitet das MCI Studierende, Alumni, Gründer und Partner in ihrer Karriere und unternehmerischen Aktivitäten und fördert jene Kompetenzen, welche erfolgreiche Führungskräfte und Entrepreneure benötigen.

Infos: www.mci.edu/entrepreneurship

Neue Chancen entdecken: MCI-Weiterbildung

Neben 29 Bachelor- und Masterstudien bietet auch die berufsbegleitende Weiterbildung am MCI spannende Chancen für den beruflichen Aufstieg.

Als weltweit AACSB-akkreditierte „Top-Business School“ verspricht die Unternehmerische Hochschule® eine akademisch qualitätsvolle Weiterbildung mit erstklassigen Vortragenden, ausgeprägtem Praxisbezug und beispielgebendem Service.

Ambitionierten Persönlichkeiten unterschiedlicher Managementebenen bieten sich so spannende akademische Upgrades mit international anerkannten Mastergraden und dynamische Karriereoptionen durch maßgeschneiderte modulare Weiterbildungen.

Jetzt informieren: www.mci.edu/weiterbildung

Neue Karrierewege mit Doktorat

Mit zwei beispielgebenden berufsbegleitenden Doktoratsprogrammen setzt die Unternehmerische Hochschule® eine internationale Benchmark.

Das vierjährige „PhD Program for Executives“ lässt Führungskräfte und Manager modernste akademische Kompetenz auf komplexe wirtschaftliche Fragestellungen anwenden.

Das hochrangige MSc I DBA Double Degree Program ermöglicht innerhalb von drei Jahren einen Master- und einen Doktoratsgrad zu erwerben und damit die akademisch anspruchsvolle und praktisch relevante Entwicklung von Entscheidungsträgern.

www.mci.edu/doktoratsprogramme



EXECUTIVE EDUCATION

Berufsbegleitende Weiterbildung für Entscheidungsträger/innen



DOKTORATSPROGRAMME

PhD Program for Executives **E**

MSc I DBA Double Degree Program **E**

EXECUTIVE MASTER

General Management Executive MBA **E** **ONLINE**

Digital Business & Entrepreneurship MBA **D&E** **ONLINE**

Management & Leadership Executive MBA **D**

Business Research MSc (CE) **E** **ONLINE**

Management & Leadership MSc **D**

Digital Business & Tech Law LL.M. **D** **ONLINE**

MCI eSTUDY

Bachelor General Management (CE) **E** **ONLINE**

ZERTIFIKATS-LEHRGÄNGE

Controlling & Unternehmenssteuerung

Entrepreneurship & Digitale Innovation

Family Business

General Management

Innovationsmanagement

IT-Sicherheit für Unternehmen – Technik & Recht

Management, Psychologie & Leadership

Patent- & Lizenzmanagement

Personalmanagement

Sales Management

Systemische Führungspsychologie

Unternehmenskommunikation

MANAGEMENT-SEMINARE

Leadership & Selbstentwicklung

Marketing & Vertrieb

Projektmanagement & Kommunikation

Unternehmensführung & Entrepreneurship

MASSGESCHNEIDERTE FIRMENTRAININGS

D = in deutscher Sprache, **E** = in englischer Sprache,

D&E = in deutscher und englischer Sprache,

ONLINE = Blended Learning (Online- & Präsenzmodule);

MCI | DIE UNTERNEHMERISCHE HOCHSCHULE®

Universitätsstraße 15, A-6020 Innsbruck

+43 512 2070, office@mci.edu

www.mci.edu



Axel Paeger

Gesundheit 2050 – Perfektion aus der Retorte oder unwägbarere Risiken?

Der promovierte Mediziner Axel Paeger ist Gründer, CEO und Mitglied des Verwaltungsrats der AMEOS Gruppe mit Sitz in Zürich, die mit mittlerweile mehr als 100 Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen an über 50 Standorten zu den bedeutendsten Gesundheitsdienstleistern im deutschsprachigen Raum zählt. Vor seiner Tätigkeit als selbständiger Unternehmer und Investor, wirkte Axel Paeger unter anderem als Hauptgeschäftsführer der Asklepios Kliniken, als Manager eines großen US-Verbundnetzes sowie als Board Member der Pacific Health Corporation in Kalifornien. Seine akademischen Meriten erwarb der innovative Anbieter von unternehmerischen Systemlösungen im Gesundheitswesen an der University of London und an der Rotterdam School of Management.

Wie würden Sie Ihr Unternehmen in wenigen Sätzen beschreiben?

Die AMEOS Gruppe zählt zu den wichtigen Gesundheitsversorgern im deutschsprachigen Raum. Die Mitarbeitenden unserer Krankenhäuser, Poliklinika, Reha-, Pflege- und Eingliederungseinrichtungen verbindet ihre gemeinsame Mission: Wir arbeiten für Ihre Gesundheit. Mit aktuell 105 Einrichtungen an 58 Standorten stellen 18.300 AMEOS Mitarbeitende die regionale Gesundheitsversorgung sicher. Unser Ziel ist, unsere Qualitätsstandards kontinuierlich weiterzuentwickeln, um die beste medizinische und pflegerische Betreuung zu gewährleisten. Dafür investieren wir stetig in die Weiterentwicklung unserer Einrichtungen und deren Leistungsangebote.

Wie sind Sie darauf gekommen, ein Unternehmen zu gründen, das heute 18.000 Mitarbeiter an 58 Standorten beschäftigt und zu den größten Gesundheitsdienstleistern im deutschsprachigen Raum zählt?

Während meiner Tätigkeit als Mediziner war ich oft unzufrieden mit der Organisation im Spital. Mich haben die ineffizienten Abläufe und Verschwendung von Ressourcen massiv gestört. Überdies hat mir das ständig meine Freizeit genommen. Irgendwann habe ich dann ins Spiel gebracht, wenn das nicht besser wird, mache ich die Organisation gleich selbst.

Sie haben Ihre Idee 2002 ja dann mit der Gründung von AMEOS in Zürich in die Tat umgesetzt.

2002 war ein guter Zeitpunkt. Mit der Einführung von DRGs, das sind Diagnosebezogene Fallgruppen die mit konkreten Vergütungen seitens der Versicherer unterlegt sind, sind viele öffentliche Spitäler in Schieflage geraten. Damit mussten wir nach einiger Zeit nicht einmal mehr aktiv auf Träger zugehen, sondern wurden zunehmend angefragt, ob wir helfen und Krankenhäuser übernehmen können.

Welche Kernkompetenzen kennzeichnen Ihr Unternehmen aus?

AMEOS sichert eine starke regionale Gesundheitsversorgung in der Fläche und außerhalb der großen Metropolen. Dabei sind wir immer auf der Suche nach Entwicklungs- und Verbesserungsmöglichkeiten der Leistungsangebote und Strukturen. Dafür investieren wir an unseren bestehenden Standorten und nehmen neue Einrichtungen mit Potenzial in die Gruppe auf. Besonders ist hierbei auch, dass wir nur passende Einrichtungen aufnehmen und diese auch nicht mehr veräußern. Einmal AMEOS, immer AMEOS. Außerdem haben wir entscheidende Vorteile als Gruppe. Wir bündeln Kompetenzen und schaffen Raum für den Austausch und die Weiterbildung von Fachkräften.

Wo sehen Sie wichtige Engpässe bzw. Herausforderungen der nächsten Jahre?

In der Gesundheitsbranche werden wir mit einem Personalmangel kämpfen. Wir haben das schon vor einigen Jahren erkannt und bilden in unseren AMEOS Instituten Pflegekräfte aus und fördern Medizinstudenten mit Stipendien. Zusätzlich haben wir zusammen mit der Josip Juraj Strossmayer Universität in Osijek, Kroatien, einen deutschsprachigen Medizinstudiengang ins Leben gerufen.

Wie gehen Sie mit dem Thema Digitalisierung um?

Digitalisierung war für uns von Anfang an ein natürliches Instrument, um unsere Prozesse abzubilden und



effizient zu gestalten. Ansonsten hätten wir unsere Leistungen nie in dieser Qualität und Wirtschaftlichkeit erbringen können. Digitalisierung ist für uns kein abgeschlossenes Projekt, sondern gehört bei uns zu den Kernkompetenzen. Wir analysieren laufend, in welchen Bereichen der Versorgung wir besser, schneller oder günstiger werden können. Am Ende steht aber immer der Patient mit seinen Problemen, Bedürfnissen und Emotionen im Vordergrund. Das dürfen wir nie aus den Augen verlieren. Insoweit wird auch die Digitalisierung in den nächsten Jahren nicht alles verändern.

Wie beurteilen Sie die DACH Region und den europäischen Standort?

Wir schätzen in den Staaten der DACH Region das hohe Mass an Rechtssicherheit.

Was war die schwierigste unternehmerische oder persönliche Entscheidung, die Sie je zu treffen hatten?

Die Gründung von AMEOS, die Entscheidung, eine eigene Spitalgruppe aufzubauen.

Auf welche Entwicklung sind Sie besonders stolz?

Ich bin natürlich stolz auf die nachhaltige Entwicklung der AMEOS Gruppe in den letzten 20 Jahren.

Welche Entscheidung würden Sie aus heutiger Sicht anders treffen?

Noch mehr auf den gesunden Menschenverstand und das richtige „Bauchgefühl“ achten.

Sie haben eine beeindruckende Laufbahn vorzuweisen. Wo haben Sie am meisten gelernt?

Die berufliche Tätigkeit in vielen verschiedenen Ländern hat mir mitunter am meisten die Augen geöffnet.

Wo sehen Sie die größten Bewegungen in den nächsten Jahren?

Die sogenannte Precision Medicine / Individualized Medicine wird die Art der Patientenversorgung stark verändern.

Was sind die wichtigsten Kompetenzen, die eine Führungskraft mitbringen sollte?

Neben Fachkompetenz, das „Führen“, also zu steuern und die Mitarbeitenden „mitzunehmen“.

Welches Bild haben Sie von Tirol bzw. Österreich?

Österreich ist ein sehr erfolgreiches Land. Doch manchmal bräuchten konsequentere Zielausrichtung und weniger Klientelberücksichtigung noch mehr Wohlstand.

Was haben die Teilnehmenden des Tiroler Wirtschaftsforums von Ihnen zu erwarten?

Authentische Aussagen und Ansichten.

Die weite Welt des Wohnens.

Seit 1912.
PLANUNG.
WERKSTÄTTEN.
WOHNGALERIEN.

Fügen, Zillertal/Tirol
www.wetscher.com @ f

Mit der Erfahrung aus hunderten internationalen Projekten schaffen die Wetscher Innenarchitekten und unsere Meisterwerkstätten unverwechselbare Wohnwelten für den Privat- und Objektbereich.



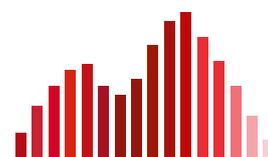
WETSCHER



SAVE THE DATE

24.03.2023 BOZEN/BOLZANO

www.wirtschaftsforum.it



SÜDTIROLER
WIRTSCHAFTS
FORUM

#bornelectric



THE

i7



UNTERBERGER
// Faszination Auto

Unterberger Denzel Innsbruck
Griesauweg 32, 6020 Innsbruck
Telefon 0512/33435
unterberger-denzel.bmw.at

Unterberger Kufstein
Endach 32, 6330 Kufstein
Telefon 05372/6945
www.unterberger.cc

Unterberger St.Johann
Anichweg 1, 6380 St. Johann/T.
Telefon 05352/62389
www.unterberger.bmw.at

bmw.at/i7

BMW i7 xDrive60: 400 kW (544 PS), **Kraftstoffverbrauch** 0,0 l/100 km, CO₂-Emission 0,0 g CO₂/km, **Stromverbrauch** von 18,4 kWh bis 19,6 kWh/100 km. Angegebene Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte ermittelt nach WLTP.

Karl Lamprecht

Digitale Revolution – Science oder Fiction?

Karl Lamprecht wurde in Zell am See geboren, promovierte in Physik am Institut für Experimentalphysik der Universität Innsbruck und erlangte einen MBA-Degree an der University of Chicago. Von 1995 bis 2005 wirkte er als Unternehmensberater und Technologieinvestor bei McKinsey & Company und bei AdAstra Venture Consult. 2005 trat er in die ZEISS Gruppe ein und übernahm mehrere Führungspositionen in der ZEISS Halbleitertechniksparte bevor er 2018 zum Spartenvorstand und 2020 zum Vorstandsvorsitzenden der ZEISS Gruppe berufen wurde. Hier betreut er die Bereiche Strategie, Marke, Kommunikation, Forschung, Technologie und das Venture Board und ist zudem für die Regionen Australasien, China, Indien und Südostasien zuständig. Neben seinem Aufsichtsratsvorsitz in der Carl Zeiss Meditec AG fungiert Karl Lamprecht auch als Mitglied im Aufsichtsrat der Körber AG in Hamburg und als Vorsitzender des Hochschulrats Aalen.

Wie würden Sie Ihr Unternehmen in wenigen Sätzen beschreiben?

ZEISS ist ein führendes Hightech-Unternehmen der optischen und opto-elektronischen Industrie mit einer enormen Innovationskraft. Und das seit inzwischen über 175 Jahren. Unser breites Portfolio umfasst im Business-to-Business-Bereich zum einen hochinnovative Lösungen für Mikroskopie und industrielle Messtechnik, dann auch führende Medizintechniklösungen, beispielsweise in der Neurochirurgie und Augenheilkunde. Zum anderen sorgt ZEISS mit seinem Halbleiterbereich für den Fortschritt der weltweiten Mikrochip-Industrie. Für die Allgemeinheit bekannter ist ZEISS zum Beispiel durch seine hochwertigen Brillengläser, Ferngläser, Objektive und weitere Produkte unserer Sparte Consumer Markets. Und Astro-Fans begeistern wir mit Planetarien.

Wo sehen Sie wichtige Engpässe bzw. Herausforderungen der nächsten Jahre?

Wir erleben nach den Jahren der Pandemie, die womöglich immer noch nicht ganz vorbei ist, nun durch den Krieg in der Ukraine fundamentale Erschütterungen unserer Welt. Die Folgen daraus sind gestörte Lieferketten, Energieknappheit, Handelsbeschränkungen, Inflation und so weiter – all diese Aspekte sorgen für Destabilisierung in der globalen Wirtschaft. Unternehmen müssen deshalb ihre Robustheit und ihre Wettbewerbsfähigkeit permanent verbessern. Für ZEISS gesprochen: Ich habe großes Grundvertrauen in unsere hohe Innovationskraft und unsere rund 38.000 Mitarbeitenden weltweit. Das sind – und waren schon immer in der bewegten Geschichte von ZEISS – Schlüsselerfolgsfaktoren für das dynamische Wachstum.

Wie beurteilen Sie die DACH Region und den europäischen Standort?

Grundsätzlich erst einmal gut, da die Region durch ihre Wirtschafts- und Innovationskraft ein sehr gutes Fundament geschaffen hat. Wir sehen gerade im Umgang mit den genannten aktuellen Krisen, dass wir weiter zusammenrücken und Probleme gemeinsam angehen müssen. Die im weltweiten Vergleich hohe Stabilität der Region in politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Hinsicht ist ein wichtiger Standortvorteil. Eine Garantie, dass das so bleibt, gibt es natürlich nicht. Wir müssen daran weiterarbeiten. Zum Beispiel, indem wir in Zukunftsperspektiven für die junge Generation investieren. Insbesondere das Engagement im MINT-Bereich ist mir hier wichtig. Damit gilt es früh anzufangen und man muss dranbleiben, um ein tragbares Fundament für

Fortschritt aufzubauen. Die Förderung von Bildung und Wissenschaft hat bei ZEISS Tradition und gerade vergangenes Jahr zum 175. Jubiläum haben wir mit „A Heart for Science“ eine neue globale Initiative für junge Menschen auf den Weg gebracht. Wir wollen sie für MINT-Fächer begeistern. Das ist mir persönlich auch eine Herzensangelegenheit.

Was war die schwierigste unternehmerische Entscheidung, die Sie je zu treffen hatten?

Gute Frage. Ich glaube, diese eine schwierigste Entscheidung gab es bei mir nicht. Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen, gehört in verantwortungsvollen Führungspositionen dazu. Aber ich mache das ja nicht aus dem Bauch heraus, sondern auf Basis gründlicher Analysen vieler Fakten und Indikatoren. Darüber hinaus bespreche ich jede größere Entscheidung mit mindestens zwei Vertrauten, um auch mögliche Vorurteile oder Fehlwahrnehmungen von meiner Seite zu erkennen. Deswegen habe ich Entscheidungen nie als besonders schwierig empfunden. Aber natürlich ist es wichtig, bei hohen und langfristigen Investitionen, wie zum Beispiel in die EUV-Technologie, an bestimmten Meilensteinen sich der weiteren Konsequenzen bewusst zu sein. Wichtig ist für mich, dass man aus guten Entscheidungen und auch aus Fehlern generell lernt.

Auf welche Leistung oder Errungenschaft sind Sie besonders stolz?

Ich freue mich mehr über Leistungen und Errungenschaften, als dass ich darauf stolz wäre. Dazu gehört sicherlich, bei der ZEISS Sparte SMT, also der Halbleiterfertigungstechnik, dazu beigetragen zu haben, dass das Mooresche Gesetz für die globale Digitalisierung weiterhin gilt und wir mithilfe dieser weltweit einzigartigen Technologie die Miniaturisierung, Leistungssteigerung und Energieeffizienz weiter vorantreiben werden. Baden-Württembergs Ministerpräsident Kretschmann bezeichnete den ZEISS Beitrag letzstens als „Herzkammer der Digitalisierung“. Das ehrt uns sehr.

Welche Entscheidung würden Sie aus heutiger Sicht anders treffen?

Wie vorhin erwähnt: Da gibt es bestimmt die eine oder andere, aber wichtig ist, für sich und als Organisation daraus zu lernen. Grundlage dafür ist eine große Offenheit für Feedback, um alle Blickwinkel zu beleuchten. Wir haben bei ZEISS eine offene Fehlerkultur und ziehen auch Nutzen daraus, wenn etwas schief läuft. Zum Beispiel, wenn sich eine super Technologie, in die man Zeit und Geld investiert hat, die auch gut funktioniert, am Ende als nicht marktgängig herausstellt. Wenn man als Unternehmen nie Fehler macht, lässt man Gelegenheiten zu lernen und viele Möglichkeiten ungenutzt. So gibt es im Rahmen unserer internen Innovationspreise ganz bewusst auch einen Preis für „Successful Failure“! Zudem legen wir viel Wert auf unsere Technologie-Roadmaps. Zu diesen tragen zum einen Forscher und Entwickler die technologischen Möglichkeiten bei und zum anderen unsere Kunden wie auch unsere Markt- und Vertriebsexperten ihr Wissen um die zukünftige Bedarfsentwicklung. Hier eng mit den Kunden verbunden zu sein, ist ein Schlüsselerfolgsfaktor von ZEISS.

Sie haben eine beeindruckende Laufbahn vorzuweisen. Was würden Sie als Ihre wichtigste berufliche Station bezeichnen?

Ob als Unternehmensberater oder in meinen inzwischen über 15 Jahren bei ZEISS – mir ist es immer wichtig gewesen, viel zu lernen. Dazu immer wieder die Gelegenheit zu haben, prägt mein Berufsleben. Deshalb würde ich nicht eine einzelne Station hervorheben. Ein in so vielfältigen Themen und Bereichen erfolgreiches Unternehmen wie ZEISS bietet vom Spitzenforscher und Technologieentwickler bis zum Techniker, vom Personal- oder Marketingexperten bis zum Management so vielfältigen Fähigkeiten und Interessen außergewöhnliche Entfaltungsmöglichkeiten. Hierfür die strategische Gesamtverantwortung zu tragen, ist ein ganz besonderes Privileg.

Wie verändern sich Geschäftsmodelle, Organisationsstrukturen und Märkte in Ihrem Umfeld?

Durch Megatrends wie die Digitalisierung kommen viele neue Player auf den Markt – mal noch Startups, mal schon Teil eines größeren Unternehmens. Viel wächst in Asien, vor allem in China. Mit neuen technologischen Möglichkeiten und neuen Playern verändern sich Geschäftsmodelle. Wir bei ZEISS haben früh auf Daten als Zukunftsrohstoff gesetzt. Unsere Produkte sind längst nicht mehr nur hochpräzise optische Geräte, sondern ganze Ökosysteme aus Hardware, Software, Datenanalyse und Dienstleistungen, die ganzheitliche Lösungen für die Herausforderungen unserer Kunden darstellen. In solchen Ökosystemen verändern sich dann auch die Erlösmodelle und es ergeben sich ganz neue Möglichkeiten, zum Beispiel in Bezug auf strategische Partnerschaften oder auch die gemeinsame Entwicklungsarbeit mit Kunden.

Sind sie oft in Ihrem Heimatland Tirol?

Beruflich bin ich eher selten in Österreich unterwegs. Aber wenn möglich bin ich natürlich nach wie vor gerne jedes Wochenende in Tirol und genieße die Bergwelt beim Wandern und Skifahren. Das Lebensgefühl hier bei uns ist etwas Besonderes und immer, wenn ich von Reisen zurückkomme, sehe ich wieder, wie gut wir hier leben.

Welches Bild haben Sie von Tirol bzw. Österreich?

Zu den Stärken zählt zum einen die Wirtschaftskraft mit starken, international erfolgreichen Technologiefirmen in Tirol und Österreich – und natürlich der hochprofessionelle Tourismus. Zum anderen stellt auch das Bildungssystem eine Stärke dar. Ich kann das jetzt nicht im Detail beurteilen, aber aus meiner Erfahrung und Beobachtung verfügt Österreich über ein wirklich sehr gutes Bildungssystem, das man auch in Zukunft weiter stärken sollte.

Was haben die Teilnehmenden des Tiroler Wirtschaftsforums von Ihnen zu erwarten?

Mein Beitrag dient zum einen der Einordnung der Digitalisierung als bisher schnellste industrielle Revolution und zum anderen der Inspiration, was daraus noch an Möglichkeiten für uns erwachsen wird.



haldensee Hotel, Nesselwängle; Foto: Florian Scherl



Das Bootshaus; Foto: DI Philipp Schwaderer



Plaion, Höfen; Foto: A. Schindl



Erster Autarker Gewerbebau in Österreich. Foto: Foto Müller

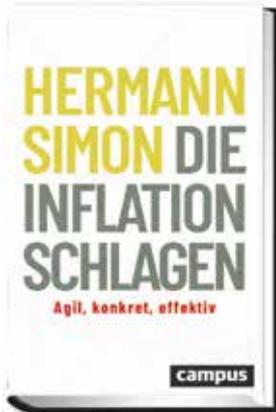


Tirol Lodge, Ellmau; Planung: DI Bruno Moser; Foto: Michael Huber

Informationsgewinn ohne Zeitverlust

Die besten Wirtschaftsbücher in 15 Minuten gelesen!

«Wir ertrinken in Informationen und hungern nach Wissen.»
John Naisbitt



208 Seiten



businessbestsellersummaries

Nr. 689

Einzelpreis: € 9,80

Autorenfoto von
Buchautor
Hermann Simon*)

Hermann Simon

Die Inflation schlagen



Die Inflation schlagen
Agil, konkret, effektiv
von Hermann Simon*)
Campus Verlag
Frankfurt am Main 2022
208 Seiten
€ 30,-
ISBN: 978-3-593-51671-8
Deutsche Originalausgabe

www.businessbestseller.com

*) Hermann Simon ist Gründer und Ehrenvorsitzender des Beratungsunternehmens Simon-Kaecher & Partner, das weltweit tätig und auf Preisberatung spezialisiert ist. Zuvor war er Professor für Betriebswirtschaftliche in Buchfeld und Mainz und lehrte an führenden internationalen Business Schools. Er ist einziger Deutscher in der «Thinkers50 Hall of Fame» der wichtigsten Managementdenker der Welt.

Hermann Simons Timing ist perfekt: Gerade in dem Moment, da sich Unternehmer und Manager weltweit fragen, welche Hebel sie jetzt in Bewegung setzen sollten, um die seit 2021 aufziehende Inflation möglichst unbeschadet zu überstehen, kommt der weltweit anerkannte Strategie-, Marketing- und Preisexperte mit seinem Buch heraus. Und damit gelingt dem langjährigen Unternehmensberater ein Executive Briefing, das fesselt.

Die Herausforderung im Umgang mit der Inflation, schreibt Simon, sei deshalb so groß, weil diejenigen, die heute im Top-Management der Unternehmen sitzen, damit mehrheitlich keinerlei Erfahrung haben. Und das kann man ihnen nicht zum Vorwurf machen. Die letzte große Inflation wurde 1973 und 1978 durch die beiden Ölkrisen ausgelöst. Und vermutlich keiner der heutigen Top-Manager war damals schon in der Verantwortung und weiß aus eigener Erfahrung, was zu tun ist.

Nach der damaligen Inflation war mindestens 30 Jahre Ruhe. Denn zwischen 1991 und 2021 haben wir in Deutschland eine Preissteigerungsrate von durchschnittlich 1,72 Prozent im Jahr erlebt. Das lag sogar unter den zwei Prozent, die die Zentralbanken anstrebten, um der Wirtschaft Luft für Wachstum zu geben. Diese zwei Prozent werden gemeinhin als Preisstabilität angesehen, obwohl in diesen 30 Jahren 40 Prozent an Kaufkraft verloren gingen.

Heute ist das Inflationsproblem nicht so monokausal wie in den 70ern. Dass die Blase des seit der Finanzkrise geschöpften «Flat-Geldes» irgendwo platzen würde, war lange klar. Es bleibt auf Dauer nicht folgenlos, wenn eine zu

große Geldmenge auf eine deutlich kleinere «Warenmenge» trifft. Es bedarf nur einiger ungünstlicher Koinzidenzen, um eine Kettenreaktion auszulösen.

2021 passierte genau dies. Zu den langfristigen Problemen mit den Nachwirkungen der Finanzkrise von 2008 bis 2010, den Handelskonflikten, insbesondere zwischen den USA und China und der Demografie, die zu Produktions- und Angebotsengpässen führte, kamen ganz plötzlich noch zwei «schwarze Schwäne» – unvorhersagbare Ereignisse, die keiner voraussehen konnte: Die Covid-Krise und die damit einhergehende Expansion der Geldmenge und der Krieg in der Ukraine. Und diese beiden Akteure haben in den ohnehin schon angespannten Lieferketten auch noch zu Unterbrechungen geführt.

Das Gespenst ist zurück

Nun muss die Wirtschaft also mit Inflationsraten von über 8 Prozent in den USA und über 7 Prozent in Deutschland überleben lernen. Denn Aussetzen ist definitiv keine Option. Sehr viel spricht nämlich dafür, dass das Inflations-Umwetter nicht rasch vorbeizieht. Die über Jahre extrem aufgebuhlte Geldmenge kann nicht binnen kurzem zurückgeführt werden.

Ohnehin sind die Zentralbanken sehr zögerlich, sehen sie doch vor der Wahl zwischen Pest und Cholera: Beherzte Zinsserhöhungen könnten leicht eine Rezession bedingern und zudem hoch verschuldete Länder wie Italien ins Trudeln hetzen. Gefährlich, wenn Simon, wenn es vor allem, wenn es zur Stagflation kommt, also eine Inflation zusammen mit niedrigem oder gar negativem Wachstum auftritt. Dann steigen die

Impressum: Herausgeber: business bestseller summaries, München/Innsbruck, Buchleit 0121/561740, Fax 0121/561741, www.businessbestseller.com, Telefon 0490 4226-2046, Fax 0490 4226-2120, P.O. Box 62203/Innsbruck

8 Seiten

**Kostenloses Ansichtsexemplar unter
www.business-bestseller.com/twf**

Ihre Vorteile:

- 1 Mit business bestseller summaries reduzieren Sie Ihren Leseaufwand von mehreren hundert Seiten pro Buch auf handliche **acht Seiten** und verkürzen so eine Lesezeit von normalerweise 8-12 Stunden auf freundliche 15 Minuten.
- 2 Sie sparen **Zeit und Geld** und lesen nur noch die Bücher, die es sich wirklich zu lesen lohnt.
- 3 Jedes Monat sichtet business bestseller für Sie **hunderte Neuerscheinungen**. Die drei interessantesten Bücher werden ausgewählt und von einem kompetenten Autorenteam – oft vom Buchautor selbst – auf 8 Seiten zusammengefasst.
- 4 Sie erhalten **auf den Punkt gebracht** alle relevanten Informationen für die optimale Umsetzung in beruflichen Erfolg.
- 5 Sie **lesen weniger und wissen mehr**. Mit business bestseller gehören Sie zur Informationselite, haben die besseren Argumente und können schon heute über die Trends von morgen reden.

Fax (0810) 24 28 20

Jetzt 3 Monate testen!

- Ja,** ich teste «business bestseller summaries» und erhalte monatlich drei 8-seitige Buchzusammenfassungen für nur € 19,80 statt € 24,- pro Monat inkl. Porto und MwSt. (= € 59,40 für 9 Ausgaben). **Nach drei Monaten endet das Abo automatisch**, ohne dass ich zu kündigen brauche.
- Ich will noch mehr sparen** und entscheide mich gleich für ein Jahres-Abo. Monatlich erhalte ich drei «business bestseller summaries» um nur € 16,50 pro Monat inkl. Porto und MwSt. (= € 198,- für 36 Ausgaben). Nach Ablauf eines Jahres verlängert sich das Abo automatisch, sofern es nicht mindestens 6 Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt wird.

Name, Vorname

Firma

Straße, Nr.

PLZ, Ort

E-Mail, Tel. (für Rückfragen)

Datum/Unterschrift

Hans-Lothar Domröse

(Europäische) Sicherheit inmitten globaler Machtverschiebungen

Hans-Lothar Domröse hat auf allen militärischen Ebenen Führungsverantwortung getragen; vom Kompaniechef über Bataillons-, Brigade- und Divisionskommandeur bis hin zum Kommandierenden General des EUROCORPS in Strasbourg/F und zuletzt als Vier-Sterne-General der NATO in Brunssum/NL. Einsatzerfahrung sammelte er u.a. in Bosnien-Herzegowina, im Kosovo, im heutigen Nord-Mazedonien, im Kongo und in Afghanistan. Als Kommandeur war Hans-Lothar Domröse für die Planung und Führung von NATO-Operationen in Nord- und Mittel-Europa zuständig. Dabei war er auch verantwortlich für die Beziehungen zu Nicht-NATO-Staaten wie Schweden, Finnland, Österreich, Irland und der Schweiz. Hans-Lothar Domröse studierte an der Universität Hamburg und schloss sein Studium als Diplomkaufmann ab.

Wie würden Sie Ihr Tun in wenigen Sätzen beschreiben?

Domröse-Consulting steht für strategische Beratung von Politik, Wirtschaft, Öffentlichkeit (TV, Vorträge, Seminare, etc.), Bundeswehr, NATO und EU in geopolitischer Hinsicht.

Welche Charakteristika und Besonderheiten kennzeichnen Ihr Wirken aus?

Als pensionierter Vier-Sterne-General mit intensiver Einsatzerfahrung, Truppenführungsexpertise und Verwendungen an der Naht zur Politik verfüge ich über weitreichende Planungs- und Führungserfahrung im nationalen bzw. internationalen Umfeld: „second to none“ (in DEU).

Wo sehen Sie wichtige Herausforderungen bzw. Risiken der nächsten Jahre?

Klimawandel ist global die größte Herausforderung, die überlagert wird vom brandgefährlichen System-Wettbewerb zwischen Demokratie und Autokratie. Russland ist DIE Gefahr für unsere physische

Sicherheit – China bedroht uns besonders in wirtschaftlicher Hinsicht. Entzündungsherde sind UKRAINE, Taiwan, Afrika & MENA.

Was war die schwierigste Entscheidung, die Sie je zu treffen hatten?

Taktisch-operative Weisungen mit schwerwiegenden Folgen für Leib und Seele. Tod und Verwundung sind die hässlichen Seiten meines Berufs als Soldat.

Auf welche Leistung sind Sie besonders stolz?

Auf mein Universitäts-Diplom, weil es dabei absolut keine Hilfe Dritter gab.

Sie haben eine beeindruckende Laufbahn vorzuweisen. Wo haben Sie am meisten gelernt? Was würden Sie als Ihre wichtigste berufliche Station bezeichnen?

Kommandeurs-Verwendungen, weil sie dort „persönlich“ Verantwortung für anvertraute Menschen tragen. Ausbilden. Erziehen. Führen. Ohne WENN und ABER. Dies umso mehr in Einsätzen, weil es gefährlich ist und 24/7 geht. Damit wird man „durchsichtig“ – jeder sieht alles.

Welchen Typus von Tätigkeit finden Sie am spannendsten?

Alle Unternehmer (nicht CEOs) tragen, wie Kommandeure, immer Verantwortung – und darüber hinaus schaffen sie Arbeitsplätze und verantworten das Budget – ihr Geld, ihr Risiko.

Wo sehen Sie die größten Bewegungen in den nächsten Jahren?

Künstliche Intelligenz: Wir werden so viele Daten generieren, dass nur derjenige sie beherrscht, der ein „intelligentes System“ zur Hand hat.

Was sind die wichtigsten Kompetenzen, die eine Führungskraft mitbringen sollte?

Anständig führen...

Lead Decently



1. (clear) Intention	5. (focused) Attentiveness
2. (tangible) Authenticity	6. (broad) Attention
3. (professional) Agility	7. (genuine) Ambition
4. (uncompromising) Honesty	8. (healthy) Perseverance

Wie verändern sich Geschäftsmodelle bzw. Organisationsstrukturen in Ihrem Umfeld?

Diversifikation ist der Schlüssel. Nur wer sich breit aufstellt (Produkte & Regionen), der „überlebt“.

Was war Ihr Berufswunsch als Kind oder Jugendlicher?

Man sagt, ich wollte Hauptmann werden...
Ich wollte, wie meine älteren Schwestern, studieren – EIN Beruf stand zunächst nicht im Mittelpunkt.

Welches Bild haben Sie von Tirol bzw. Österreich?

Mit Tirol verbinde ich eine einzigartig wunderbare Landschaft, das Goldene Dachl und sympathische Menschen, die von mir keinen Ratschlag brauchen.

Was haben die Teilnehmenden des Tiroler Wirtschaftsforums von Ihnen zu erwarten?

Einen authentischen und spannenden Vortrag über die vor uns liegenden Herausforderungen.



Hans-Lothar Domröse
General und NATO-Befehlshaber a.D., Brunssum/NL

Hans-Holger Albrecht

Chairman von Storytel, Stockholm / VEON Ventures,
Amsterdam / Scout24, München und Deezer, Paris

Hans-Holger Albrecht

Individualisierung im Marketing: Gestern war der Kunde König – heute ist er gläsern.

Der promovierte Jurist Hans-Holger Albrecht, Sohn des verstorbenen CDU-Ministerpräsidenten Ernst Albrecht und Bruder der Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen, verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Führung von internationalen Digitalunternehmen mit Fokus auf Wachstum und Innovation.

Seine Karriere beginnt bei der RTL Group, wo er für das Geschäft in Deutschland und Osteuropa zuständig war. Anschließend wird er CEO der Rundfunkgesellschaft ViaSat A.B. und ab 2000 auch CEO der Modern Times Group in Stockholm. Seit 2015 ist Hans-Holger Albrecht CEO und Verwaltungsrat von Deezer S.A. mit Sitz in Paris, einem der weltweit führenden Musik-Streaming-Unternehmen mit Aktivitäten in 180 Ländern. Neben seiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender von Scout24 ist er auch Chairman und Investor bei Storytel in Stockholm, einem der weltweit größten Streamingdienste für Audiobücher und e-books, sowie Chairman bei VEON Ventures, einem globalen Anbieter von digitalen Kommunikationsdienstleistungen mit 217 Millionen Kunden. Hans-Holger Albrecht studierte an der Universität Freiburg und promovierte an der Universität Bochum.

Wie würden Sie Ihr Wirken beschreiben?

Als CEO von Telekom-, Medien- und Digitalen Unternehmen habe ich in verschiedenen börsennotierten Unternehmen mehrere Turnarounds geleitet. Dabei haben wir uns stets durch starkes Wachstum und Expansion in neue Märkte ausgezeichnet.

Als Investor und Aufsichtsrat in börsennotierten und privaten Unternehmen und als Senior Advisor bei EQT fokussiere ich mich darauf, neben einem starken Aufsichtsrat ein engagiertes Management zu begleiten, zu beraten, zu beaufsichtigen und auch selbst zu investieren.

Welche Charakteristika und Besonderheiten kennzeichnen Ihre Unternehmen aus?

Bei meinen Unternehmen handelt es sich um reine digitale Unternehmen. Wir fokussieren uns mit Musik, Hörbüchern oder Immobilien auf den B2C Bereich, eine internationale oder globale Ausrichtung und versuchen neue Märkte zu entwickeln oder zu erschließen.

Wo sehen Sie wichtige Herausforderungen bzw. Risiken der nächsten Jahre?

Die geopolitischen Risiken und ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft stellen eine Herausforderung dar, sobald sie im Konsumentenverhalten negative Auswirkungen haben. Eine andere Sorge ist die Dominanz der großen amerikanischen Tech-Unternehmen, die zu unfairen Wettbewerbsbedingungen führen. Unternehmen wie Apple, Amazon oder Google nutzen ihre dominante Marktposition, um sich in neuen Marktfeldern zu etablieren und anderen, neuen Unternehmen, das Leben schwer zu machen.

Wie beurteilen Sie die DACH Region und den europäischen Standort?

Deutschland steht vor Herausforderungen und benötigt nach einer Phase des Stillstands eine neue Agenda. Infrastruktur, Digitalisierung und Energie sind nur ein paar wenige Themen. Ich bin aber zuversichtlich, dass diese gelöst werden. Europa und die DACH-Region haben starke Perspektiven im Digitalbereich, müssen aber sicherstellen, dass ihre Unternehmen konkurrenzfähig bleiben und wir Rahmenbedingungen im Hinblick auf Talente, Steuern und wenig Verwaltung haben, die diese Firmen halten und neue sich ansiedeln lassen.

Was war die schwierigste unternehmerische oder persönliche Entscheidung, die Sie je zu treffen hatten?

Nach 17 Jahren als erfolgreicher CEO von börsennotierten Unternehmen noch einmal ein Start-up zu wagen. Es war ein Test, wie weit ich mich anpassen kann und ob ich mich nochmals neu erfinden kann. Im Rückblick war dies eine der besten Entscheidungen die ich je getroffen habe.

Auf welche Errungenschaft sind Sie besonders stolz?

Eine erfolgreiche unternehmerische Geschichte nicht nur in einem Markt und mit einem Unternehmen geschafft zu haben, sondern in drei Bereichen (Medien, Telekom und Digital) mit drei Firmen auf mehreren Kontinenten. Das war spannend und herausfordernd.

Welche Entscheidung würden Sie aus heutiger Sicht anders treffen?

Viele. Wer Entscheidungen trifft, macht Fehler, nur wer keine Entscheidungen trifft, macht keine oder wenige Fehler. Entscheidend war, nie denselben Fehler zweimal zu machen und Fehler schnell zu korrigieren. Darin zeichnet sich eine gute Führung aus. Sie muss Teil der Firmenkultur werden. Insofern kann ich keinen einzelnen nennen, sondern nur eine lange Liste.

Wo haben Sie am meisten gelernt?

Da ich in unterschiedlichen Unternehmen und verschiedenen Ländern aktiv war, habe ich bei jedem Unternehmen viel und fast jeden Tag gelernt. Egal ob es um Personalführung, Konsumentenverhalten oder politische Rahmenbedingungen ging. Jedes Mal war es anders und interessant. Am meisten gelernt habe ich immer von interessanten Chefs oder Eigentümern, von Gaston Thorn zu Jan Stenbeck bis hin zu Len Blavatnik.

Welchen Typus von Tätigkeit oder Unternehmen finden Sie am spannendsten?

Unternehmen in starken Wachstumsphasen mit einem hohen Innovationsdruck sind für einen CEO am spannendsten. Hier gibt es tolle Aufgaben, viel Kreativität und Dynamik. Wenn man das zusammen mit einem starken Team angeht, macht es am meisten Spaß und verlangt am meisten von einem CEO. Wenn dies so ist, ist es egal, welche Branche oder Markt.

Wo sehen Sie die größten Bewegungen in den nächsten Jahren?

Langfristig bleibt es die Digitalisierung, die alle Bereiche durch neue Technologien weiter stark verändern wird. Die zweite große langfristige Revolution wird sicher der gesamte Medizin- und Gesundheitsbereich sein. Die größte Herausforderung jedoch, vor der wir stehen werden, ist der Klimawandel und seine massiven Auswirkungen auf uns alle. In einem schwierigen politischen Umfeld wird das sicher das beherrschende Thema der kommenden 10 Jahre sein.

Was sind die wichtigsten Kompetenzen, die eine Führungskraft mitbringen sollte?

Bescheidenheit, Lernfähigkeit und das Talent, ein sehr starkes Team um sich zu schaffen und es gut zu führen. Alles andere ist sekundär.

Wie verändern sich Geschäftsmodelle, Organisationsstrukturen und Märkte in Ihrem Umfeld?

Die Geschwindigkeit der Veränderungen in allen Bereichen ist inzwischen so hoch, dass es nicht mehr eine Frage ist, ob und wie es sich verändert, sondern nur, wie ich es am schnellsten erkennen und mein Modell anpassen kann. Digitale Unternehmen mit ihrem starken Fokus auf Daten sind dort im Vorteil, ihre agilen Strukturen sind hochflexibel in der Umsetzung, und ihr Talentpool hat die nötige Breite um alle möglichen neuen Themen früh anzugehen.

Was war Ihr Berufswunsch als Kind oder Jugendlicher?

Als Kind wollte ich Fußballer werden, als Jugendlicher dann Forstmeister.

Welches Bild haben Sie von Tirol bzw. Österreich?

Tirol und Österreich haben eine außergewöhnlich hohe Lebensqualität, eine hochentwickelte und funktionierende Infrastruktur, ein starkes Bildungssystem und eine perfekte Lage mitten in Europa. Wir haben insofern etwas, was viele andere Regionen nicht besitzen, und wären, gerade auch für junge Unternehmen, ein perfekter Standort. Wir machen uns das Leben aber selbst oft unnötig schwer (wie viele andere auch) durch staatliche Rahmenbedingungen, sei es Steuern, Lohnnebenkosten, Verwaltung. Würden wir diese in Richtung Wettbewerbsfähigkeit gestalten, die wiederum allen zugutekommt, und als solche modifizieren, wäre Tirol als Standort mit der Beste in Europa.

Was haben die Teilnehmenden des Tiroler Wirtschaftsförums von Ihnen zu erwarten?

Ich hoffe, mehr als sie erwartet haben.



**Drucke
& Kopien**



**Bücher &
Büroartikel**



**Broschüren
& Bindungen**



**Poster
& Planplots**



Copyshop & Buchbinderei: Herzog-Siegmond-Ufer 15
 Copyshop Sowi: Universitätsstraße 15
 Copyshop Technik: Technikerstraße 21b/ UG
 Buchhandlung Hauptuni: Innrain 52f
 Buchhandlung MCI: Universitätsstraße 15a

www.studia.at



Gutschein
50€
 Gutscheincode
FORUM2022**

weinwelt
INTERSPAR

**Keringer
 Doppel-Magnum**
 Die Holzkiste enthält: 1 Flasche Keringer
 Grande Cuvée 2019, Weinland, 3 l
54,99**
 statt € 59,99
SIE SPAREN € 5,00



**DOPPEL
 MAGNUM**

Mit individuellen
 Geschenkpaketen
 schon jetzt an
 Weihnachten denken.

Weine kombiniert mit kulinarischen
 Spezialitäten stehen als
 fertig konfektionierte Pakete im
 Onlineshop weinwelt.at bereit
 oder werden gerne nach Ihren
 Wünschen für Sie konfektioniert.*

Jetzt bestellen:
weinwelt.at | beratung@weinwelt.at
 +43 662 4470-4444

* Individuelle Pakete ab einer Mindestabnahme von 50 Stück

**Gutschein und Aktionspreis gültig bis 06.01.2023. Einlösbar ab einem Mindestwert von € 300,-. Gilt nur für Bestellungen im Onlineshop weinwelt.at. Pro Bestellung und Person nur einmalig einlösbar. Nicht mit anderen Gutscheinen kombinierbar. Keine Barablässe.

café+co
cafepusco.com

Ihre beste
Pause ist
unser Kaffee.
Seit 50 Jahren!

Meine
beste
Pause.

Das Kostbarste in unserer schnelllebigen Welt? Zeit!
Und die nehmen wir uns ganz einfach, um Ihnen maßgenaue
Lösungen und perfektes Service zu bieten. Damit Ihnen mehr
Zeit für das Wesentliche bleibt. Und Ihren Mitarbeiter:innen
mehr Zeit für eine wirklich beste Pause

Also: Genießen Sie Ihre Zeit. Mit café+co.



Urtypisch
wie du.

Zipfer-Genießer dürfen's jetzt persönlich nehmen: Ab sofort
stehen auf den Urtyp-Flaschen die Namen unserer Fans!
Und selbstverständlich können sie auch beim Lieblingswirt ganz
persönlich anstoßen: Für das perfekt gezapfte Zipfer gibt's Bier-
deckel mit dem Etiketten-Design und 70 verschiedenen Namen.
Darauf ein Prost - urtypisch wie du!

Georg Kofler

Dr. Georg Kofler, Jahrgang 1957, geboren und aufgewachsen in Südtirol/Italien, studierte Publizistik und Politikwissenschaft an der Universität Wien. Er begann seine Karriere in der Medienindustrie 1985 als Referent des Generalintendanten beim Österreichischen Rundfunk (ORF) und wechselte zwei Jahre später zur Kirchgruppe nach München. 1989 startete Georg Kofler den Fernsehsender ProSieben, den er zur ProSieben Media AG ausbaute und 1997 als CEO an die Frankfurter Börse brachte - der erste große IPO eines deutschen Medienunternehmens. Parallel dazu führte er mit dem Sender H.O.T. (Home Order Television), heute HSE24, erstmals Teleshopping in den deutschen Markt ein. Von 2000 bis 2002 war er CEO und wesentlicher Aktionär der H.O.T. Networks AG, die Teleshopping europaweit entwickelte. 2002 übernahm Georg Kofler die Geschäftsführung des Pay-TV-Unternehmens Premiere, das kurz vor der Insolvenz stand. Kofler sanierte Premiere, erwarb selbst 20 Prozent des Unternehmens und führte Premiere 2005 erfolgreich an die Börse. 2007 stieg er aus der Fernsehbranche aus und investierte über seine Beteiligungsholding in diverse Unternehmen, unter anderem im Bereich der Energieeffizienz. Die neuen Entwicklungen der sozialen Medien brachten Georg Kofler wieder ins Mediengeschäft zurück: Seit 2016 ist er Hauptaktionär und Chairman der Social Chain AG, die Social Media und Social Commerce unter einem Dach vereint. Seit 2017 ist Kofler Investor in der populären Gründershow „Die Höhle der Löwen“.

Sie haben eine Wandlung vom Medientycoon zum Social Media Unternehmer vorgenommen. Was versprechen Sie sich davon?

Direkten Kontakt zum Publikum, zu den viel gesuchten Endkunden! Eigentlich das, wovon ich schon vor Jahrzehnten zu meiner Zeit bei ProSieben geträumt habe. Wir haben damals Werbeblöcke verkauft und damit große Öffentlichkeit für Produkte geschaffen. Zum Beispiel für meine Lieblingsmarke Mon Chéri von Ferrero. Ich war fasziniert von deren Marketingstrategie und habe mir gedacht wie aufregend es wäre, so ein eigenes Mon Chéri zu besitzen und diese Eigenmarke mit unseren medialen Fähigkeiten zu propagieren oder – noch besser – sie direkt an die Endkunden zu verkaufen. Eine Reise in die USA brachte dann die Lösung.

Sie entdeckten und etablierten Teleshopping hierzulande. Wie kam es dazu?

Teleshopping brachte die große Chance in meinem Heimatmedium, dem Fernsehen, Produkte zu platzieren, zu verbreiten und direkt an die Kunden zu liefern. Damals erfolgte das noch über den Versandhandel. Dann kam der Onlinehandel hinzu, später die sozialen Medien. Jetzt haben wir eine Kombination von sehr interaktiven Medien auf Social Media-Plattformen plus einem etablierten Onlinehandel. In dieser Kombination kann die von mir gegründete Social Chain AG Eigenmarken über soziale Medien bewerben und über den Onlinehandel ausliefern. Mit dem Erwerb der DS Gruppe von Ralf Dümmel und deren

zahlreichen Eigenmarken kam die perfekte Ergänzung hinzu. Jetzt bauen wir gemeinsam ein, wie ich finde, in dieser Vollständigkeit einzigartiges Multichannel-Vertriebsunternehmen, das mit den Medien und Vertriebskanälen von heute und morgen arbeitet.

Was genau sind die Medien von heute oder morgen?

Es wird immer eine Kombination geben. Als ich anfing, waren Kabel- und Satellitenfernsehen die neuen Medien. Sind das heute alte Medien? Ich würde sagen, nein. Die Technologie erlaubt mittlerweile das Streamen, also das zeitversetzte Anschauen nach eigener zeitlicher Planung. Und auch interaktives Fernsehen ist ein Medium von morgen. Ich glaube, man muss den Medienbegriff immer wieder neu definieren, wir erleben eine ständige, fließende Veränderung. Eines ist jedoch konstant: Es sind stets die Inhalte, auf die es ankommt. Die Leute schauen ja keine Technologie an, sondern Filme, Serien, Informationen. Dafür benutzen die Zuschauer eben die Technologie, die ihnen in ihrer jeweiligen Situation am komfortabelsten erscheint.

Wohin geht die Entwicklung von Social Media?

Die individuelle Ausdrucksweise wird noch stärker, professioneller und fantasievoller werden. Allein wie sich Live Gaming entwickelt hat. Da wird es immer neue Features geben. Und dann kommt das Metaverse, der kollektive, virtuelle Raum von Meta hinzu. Auch das wird eine Medienwelt der Zukunft. Andererseits muss man sehen, die Menschen werden ja nicht neu konstruiert. Ihre DNA bleibt weitgehend unverändert. Wir haben ein Bedürfnis nach Realität, nach persönlichen Treffen. Das kann man gerade beim Homeoffice beobachten. Vielen fällt die Decke auf den Kopf. Sie sehnen sich nach realen sozialen Kontakten.

Verändert sich durch Social Media das Kaufverhalten?

Ich glaube schon. Die Leute lassen sich eher zu Produkten inspirieren, die sie gar nicht auf der Agenda hatten. Dadurch ändert sich auch die Relevanz der Vertriebskanäle. Medien ergänzen sich gegenseitig, neue Medien haben noch nie die alten umgebracht. Wer hätte vor fünf Jahren gedacht, dass Leute Podcasts hören? Das ist ja eigentlich das immer wieder totgesagte Radio ohne Musik. Oder nehmen Sie den Onlinehandel. Er wird den stationären Handel nicht umbringen. Aber er fordert ihn heraus, attraktiver zu werden, wettbewerbsfähiger.

In Ihrem Unternehmen arbeiten viele junge Leute. Wie finden die den Chef? Sehen sie in Ihnen den erfolgreichen Macher, der schon Dinge getan hat...

...als sie noch gar nicht auf der Welt waren? Ach, das sehe ich ganz entspannt. Ich will gar nicht der beste Instagramer werden oder der bessere YouTuber. Aber ich habe ein Sensorium, ein Gefühl, ihre mediale Ausdrucksweise, ihre Energie, ihr Bedürfnis nach

Darstellung zu verstehen. Und ich respektiere ihren Erfolg, weil ich weiß, dass Medienerfolge mit viel Arbeit und Kreativität verbunden sind.

Und umgekehrt?

Vielleicht mögen mich die jungen Leute, weil ich ein humorvoller Mensch bin. Und unkonventionell. Menschen mit Humor um sich herum zu haben, egal, ob jung oder alt, ist immer nett und bereichernd. Und ab und zu sage ich auch mal was Intelligentes.

Was sind die Eigenschaften die neue, junge Macher mitbringen?

Sie denken nicht in Strukturen, sondern lassen die Dinge auf sich zukommen, begehen eigene Wege und schaffen damit eigene Strukturen. Als ich das erste Mal in Manchester war, dort, wo die Social Chain als Social Media Agency ihren Anfang hatte, da habe ich gesehen, dass diese jungen Leute zwischen 18 und 25 Jahren unternehmerischer, inspirierender und innovativer sind, als viele Generationen vor ihnen. Die lassen sich nicht so leicht etwas sagen. Dass sie über Social Media früh ihre eigene Meinung artikulieren, macht sie selbstständiger im Denken und ihren beruflichen Orientierungen. Wir erleben eine Explosion an unternehmerischer Kreativität durch die Digitalwirtschaft.

Was sind Ihre Kriterien für Deals: Bauchgefühl oder Daten?

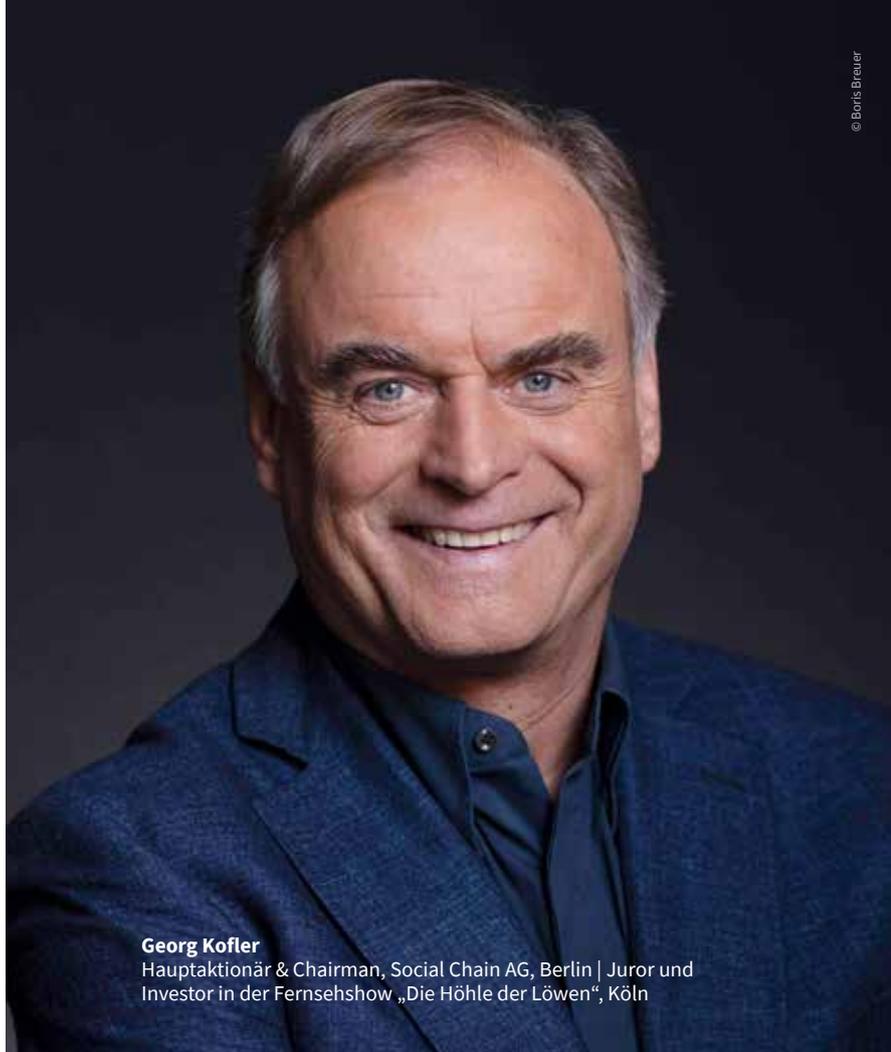
Das wichtigste ist für mich definitiv das Bauchgefühl für die Menschen, die Verantwortung tragen. Ich bin ein emotionaler, impulsiver Mensch. Ich lasse mich schnell begeistern. Im Nachhinein muss ich manchmal sagen, oha, da habe ich zu schnell vertraut. Aber ich kann mit Misstrauen nur schwer leben, weil mir die Zusammenarbeit dann keine Freude macht. Ich muss Menschen vertrauen können oder mich von ihnen trennen. Hätte ich meinen Co-Investor Ralf Dümmel nicht gemocht, wäre die Idee der Zusammenarbeit nicht entstanden. Vertrauen ist für mich die Grundlage aller Geschäfte. Aber natürlich ist eine kaufmännische Sorgfaltsprüfung unerlässlich, wenn man ein Geschäftsmodell für die Zukunft entwickeln will.

Mit dem ProSieben-Börsengang 1997 wurden Sie zum Multimillionär. Wieviel Glück war dabei?

Das Glück des Tüchtigen hat mich sicher begleitet. Ich war mit der richtigen Idee zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Als ich 1988 Eureka Television übernahm, das heutige ProSieben, stand der Sender vor der Pleite. Und nun war eigenes Zutun gefordert: Ich wollte den Sender unbedingt führen und hatte eine klare Vorstellung von Programm und Vermarktung. ProSieben sollte ein Programm für jüngere Familien mit viel amerikanischen Filmen und Serien werden. Es gab viele Zweifler. Da brauchte ich schon eine Menge Energie, um dieses junge Unternehmen auf den Weg zu bringen.

Wie reich sind Sie heute?

Auch wenn Sie es vielleicht nicht glauben, ich kann es Ihnen gar nicht so genau sagen. Ich habe nicht das berühmte Festgeldkonto auf der Bank. Fast mein ganzes Vermögen habe ich in Unternehmen investiert, zum Beispiel in die Social Chain AG. Und bei der Bewertung von Firmen geht sie nach Geschäftsverlauf ordentlich rauf und runter.



Georg Kofler

Hauptaktionär & Chairman, Social Chain AG, Berlin | Juror und Investor in der Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“, Köln

Sie schauen also andauernd auf die Börsenkurse?

Um Himmels willen, nein! Da müsste ich ja gleich zum Psychotherapeuten.

Ihr Leitspruch?

Jeder ist seines Glückes Schmied, das trifft es ganz gut.

Ihr Ratschlag?

Mache den Job, den Du gerade hast, wirklich gut und mit Leidenschaft. Sei bereit für Veränderungen und Risiko. Sei mobil, geistig und auch geografisch. Manchmal muss man seinem Glück nämlich hinterherlaufen.

Wann sind Sie das letzte Mal dem Glück hinterhergelaufen?

Ich bin von Südtirol nach München gezogen, weil ich ProSieben eben nicht aus den Dolomiten heraus hätte führen können.

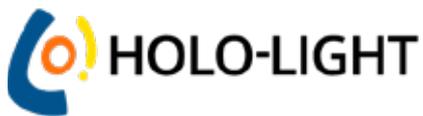
Wie oft denken Sie ans Scheitern?

Ab und zu natürlich, ich bin ja kein Roboter. Aber in der Regel überwiegt die Zuversicht.

Kann man Unternehmer sein lernen?

Nur begrenzt. Entweder Sie haben den Drang, etwas selbst aufzubauen oder Sie haben ihn nicht.

Start-ups





SCHÖNE & OFFIZIELL ERLAUBTE WOHNMOBIL PARKPLÄTZE:
ONLINE BUCHBAR MIT DER CAMPPA-APP

MIT CAMPPA PARKPLÄTZE...

VERMIETEN

1 € pro m2 pro Tag

Verleihen Sie 1 € pro m2 pro Tag mit Flächen, die Sie bisher mit wenig Ertrag oder gar nicht nutzen konnten. Denn genau diese Flächen sind für Wohnmobilsten interessant, welche die Natur genießen und sich dabei keine Gedanken über das Parken machen wollen.

Automatische Abwicklung

Die Wohnmobilsten suchen und buchen ihren Parkplatz am Smartphone, ent- und versperren ihn selbstständig und bezahlen online. Sie müssen nichts tun, die Parkkule funktioniert autone ohne Ihre Anwesenheit.



FINDEN

Suchen & Reservieren

Mit der CAMPPA App können Sie schnell und unkompliziert freie Parkplätze in Ihrer Nähe suchen, reservieren und bezahlen. Die Parkkule kann während Ihres Aufenthalts beliebig oft auf- und zu geklappt werden.

Sichere Bezahlung

Nach Ihrem Aufenthalt wird der Betrag automatisch und sicher von Ihrer hinterlegten Zahlungsmethode abgebogen.

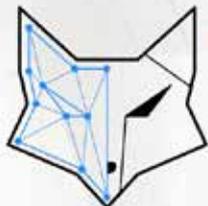
UNSERE KOOPERATIONSPARTNER:
OUR COOPERATION PARTNERS:



MASCHINENRING Österreich & MASCHINENRING Deutschland
REISCH Innovative Solutions & SVR Stiftung für freie Erholung

CAMPPA Smart Parking Systems GmbH
Weistraße 9 · 6112 Wattens · Austria · +43 670 6085584 · office@camppa.eu · www.camppa.eu
@camppa_official

BEKANNT AUS:
KNOWN FROM:



datafox consulting GmbH
analytics - optimization - mentoring

Ihr Wachstum ist unser Erfolg

Datenbasierte Unternehmensberatung mit Künstlicher Intelligenz aus Tirol



Über uns

Gründungsjahr 2021 -
Geschäftspartnerschaften
aus IT, F&E und Recht.

Hallo,
wir sind Ihre
Lösung

Beste
Resultate

- ✓ Senkung der Kosten
- ✓ Steigerung der Umsätze
- ✓ Erhöhung von Innovationen
- ✓ Eingrenzung von Fehlern
- ✓ Optimierung der Marktanteile und -ausbau

- Workshops-Schulungen mit KI
- Prozessmanagement mit KI
- Softwarelösungen mit KI



Get in Touch

office@datafox-consulting.at
+43 (0) 664 4317356
www.datafox-consulting.at

Dieses Dokument ist Teil einer Vortrag-/Schulungs-/Präsenzkonferenzveranstaltung und ohne die mündlichen Erklärungen unvollständig.
Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. Copyright © 2022 by datafox consulting GmbH (FB-Nr. 509490)



datafox consulting GmbH
analytics - optimization - mentoring

Holo-Light

Augmented & Virtual Reality für Industrieunternehmen

ÜBER HOLO-LIGHT

Wir skalieren AR/VR (=XR) Anwendungsfälle in Industrieunternehmen durch die Bereitstellung unserer industriellen Metaverse-Plattform XRnow, die auf unserer XR Streaming Technologie ISAR basiert.

Das ISAR SDK ermöglicht das Streaming von XR-Anwendungen über die Cloud auf XR-Geräte. Unsere industrielle Metaverse-Anwendung AR3S ist ein leistungsfähiges Werkzeug für Ingenieure, das die Arbeitsabläufe im Ingenieurwesen verbessert.



XR EXPERTEN
2015 gegründet



STANDORTE
Innsbruck, München, Durham (USA)



TEAM
70+ Mitarbeiter



Mixed Reality
Microsoft
Partner



Qualcomm

DENSO

SIEMENS
Healthineers

metavu

NORTHROP
GRUMMAN

P&G



Danfoss



ENGIE

stryker



LOCKHEED MARTIN

enhatch

Baker
Hughes

dynepic

Mercedes-Benz Group

SIEMENS Gamesa

NOKIA

ADRESSE Holo-Light GmbH | Maria-Theresien-Straße 1, 6020 Innsbruck

KONTAKT info@holo-light.com | +43 664 8823 4632



NAON.TECH

SMALLEST PREMIUM 19" SERVER CASE

SMALL FORM
FACTOR

SILENT
AIRFLOW

OFF THE SHELF
HARDWARE

WWW.NAON.TECH
CONTACT@NAON.TECH



Robotics & Künstliche Intelligenz

MIMM
engineers gmbh

📍 Dr.-Helmut-Marsoner Weg 3C
A-6175 Kematen in Tirol
☎️ +43 (0) 6506466263
✉️ mechatronics@mimm-engineers.com
🌐 www.mimm-engineers.com

EHRENMÜLLER

📍 An der Stadtmauer 4
D-87435 Kempten
☎️ +49 (0) 831 52376977
✉️ info@ehrenmueller.ai
🌐 www.ehrenmueller.ai



Wettbewerbsvorteile durch intelligente Robotik

- ✓ Energieoptimierung
- ✓ Qualitätssteigerung
- ✓ geringerer Ressourcenaufwand
- ✓ Lagerhaltung optimieren
- ✓ Ausfallzeiten und Servicekosten von Maschinen minimieren
- ✓ OEE-Steigerung
- ✓ Fachkräftemangel entgegenwirken

monkee

Sparen neu gedacht!

Sparen & Cashback in einer App

Jetzt kostenlos downloaden!



Spare **KOSTENLOS** auf deine Ziele



Lass deine Ersparnisse mit jedem Einkauf wachsen



Wie funktioniert Monkee?

1. Sparen - ...war noch nie so einfach!

In weniger als 2 Minuten hast du dich in der App registriert und dein erstes Sparziel festgelegt, egal ob Notgroschen, Urlaub oder neues Smartphone. Du hast hunderte Möglichkeiten zu sparen

Ob alleine oder gemeinsam mit Familienmitgliedern und Freunden, Monkee unterstützt und motiviert dich mit regelmäßigen Erinnerungen, Tipps und vielem mehr und hilft dir so, deine Ziele auch wirklich zu erreichen



2. Der FutureBoost - Geld zurück bei jedem Einkauf

Profitiere von den FutureBoosts und exklusiven Angeboten bei über 400 Partnern.

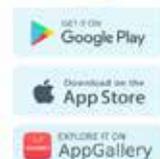
Mit der Smart Money Card erhältst du Geld zurück bei JEDEM Einkauf und kannst so deine Ersparnisse noch schneller zum Wachsen bringen.

Wie Cashback, nur besser!



Jetzt Monkee kostenlos downloaden!

📧 mehr Infos auf www.monkee.rocks



In Kooperation mit:



Mehr Infos auf www.monkee.rocks

Monkee hilft schon über **200.000** Menschen beim Sparen auf Ziele im Wert von über **210 Millionen €**

Du möchtest auch FutureBoost Partner werden?

Kontaktiere partner@monkee.rocks für mehr Informationen.





Ski-Coworkation – Arbeiten dort wo andere Urlaub machen, nicht als Tourist:in, sondern als Teil der lokalen Community.

Arbeit und Ski mitbringen und für eine Woche bis drei Monate die Tiroler Work-Life Balance genießen. Wieviel Fokus auf der Arbeit oder dem Bergsport liegt, entscheidest du selbst, für beides bieten wir beste Bedingungen.

Das Angebot

Mountain Breakout bietet Coworkation Packages mit dem Fokus Ski/Bergsport für Einzelbuchende und Gruppen/Corporates in Innsbruck/Tirol an.



Studios, gemeinsame Wohnungen und Hotelzimmer



Verschiedene Co-working Spaces inklusive Meeting und Eventräumen sind verfügbar



Skifahren wann immer es beliebt mit der Mountain Breakout Card



Lokale und internationale Menschen kennenlernen zum Netzwerken und gemeinsamen Skifahren

SKI-COWORKATION IN TIROL

Kontakt: Kathrin Treutinger // kt@mountain-breakout.at // www.mountain-breakout.at

NFBrands.X, Österreichs erste Full-Service Web3- und Metaverse-Agentur, positioniert und etabliert Marken auf der Blockchain und in virtuellen Realitäten.

Nutzen Sie unser Know-how in den Bereichen Onboarding, Wissensvermittlung, Workshops, Keynotes, Strategieentwicklung, Technologieberatung, Konzeption, 3D-Design, VR-Architektur, Smart Contract Development sowie Omnichannel-Marketing für Web3-, NFT-, Metaverse- und Extended-Reality-Projekte.

#shift2web3

Jetzt interaktive Unternehmens-Workshops buchen.

NFBrands.X

Everything #Web3 and #Metaverse for #NonFungibleBrands | Innsbruck • Bozen • Wien | www.NFBrands.xyz

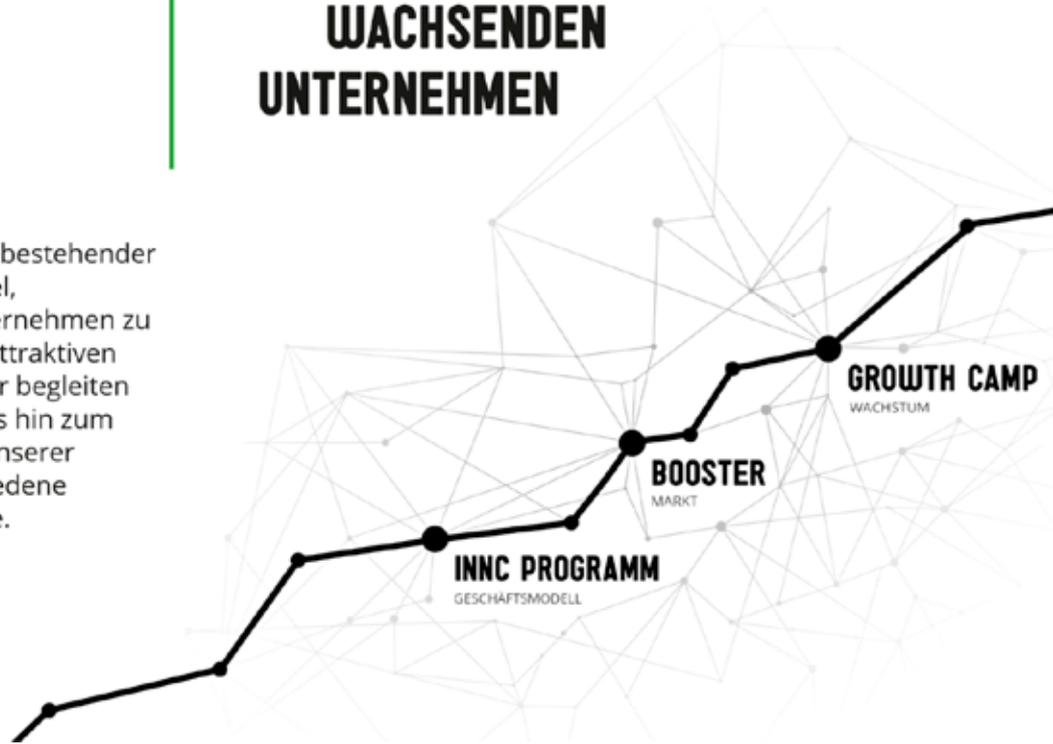
START UP. TIROL

VON DER IDEE ZUM WACHSENDEN UNTERNEHMEN

Startup.Tirol bündelt die Kräfte vieler bestehender Startup-Initiativen in Tirol mit dem Ziel, Entrepreneur:innen und Startup-Unternehmen zu unterstützen und gemeinsam einen attraktiven Startup-Standort Tirol zu schaffen. Wir begleiten Gründer:innen von der ersten Idee bis hin zum wachsenden Unternehmen entlang unserer Startup-Roadmap und bieten verschiedene Programme je nach Wachstumsphase.



www.startup.tirol
office@startup.tirol



Das ganze Studium in einer App.

Digitale Lösungen für Studierende
und Hochschulen von Studo.



Erfahren Sie mehr über Österreichs meistgenutzte
Studierenden-App auf studo.com





VINYLPSTCARDS – das analog-digitale Musik & Medienformat

Die Schallplatte in Postkartenformat begeistert die Musikindustrie und darüber hinaus. Hochwertige Materialien und ein skalierbarer Fertigungsprozess bieten die Grundlage für ein physisch-digitales Musik- und Medienerlebnis. Abspielbar auf jedem manuellen Plattenspieler sowie digital. Die charmante Vinylpostcard wird den Ansprüchen der Zeit gerecht und ist mit Hinblick auf zukünftige Weiterentwicklung fit für die Herausforderungen der nächsten Dekade. www.vinylpostcards.com



- **Exklusive Event-Einladung**
- **Eintrittskarte, Merchandise**
- **Gruß- oder Souvenirkarte**



Wissen schöpfen aus all den Daten Ihres Hotels!

Mit whispers haben Sie Ihren persönlichen Berater immer mit dabei.



5-Minuten-Schnellcheck Ihrer Hoteldaten

Prüfen Sie Ihre wichtigsten Daten, bevor Sie sich in den Trubel Ihres Hotelalltags begeben. Sie werden ideal vorbereitet sein!

Empfehlungen zur Umsatz- und Kostenoptimierung

Wir geben Ihnen leicht verständliche Nachrichten basierend auf Algorithmen und Daten aus Ihrer Region und Ihrem Hotel.

Revolutionieren Sie Ihre Entscheidungen

Die whispers-Engine enthüllt Informationen, die Ihre Entscheidungen revolutionieren werden. Lassen Sie sich von neuen Daten überraschen, die Sie auf herkömmliche Weise nicht erhalten können.

datteco srl / whispers
 Italien: A-Volta Str. 13/A, 39100 Bozen
 Österreich: G.-Fröhlich-Sandner Str. 13/4, 1100 Wien
 tel: +39 344 257 68 77
 mail: info@whispers.at
 web: www.whispers.at



Die intelligente All-In-One Bausoftware für Ihre Projekte

Mit unserer funktionsreichen Baumanagement Software optimieren Sie alle Prozesse von der Skizze bis zur Schlüsselübergabe und sparen dabei eine Menge Zeit für Wichtigeres.

T: +43 512 25 77 01
 E: info@myxbuild.com
 W: www.myxbuild.com



All-in-One

Ein Informationssystem für ALLE Projektbeteiligten



Plattform

zur firmenübergreifenden Vernetzung



Bauprozesse

Abläufe effizient optimieren

Auszeichnungen & Preise



Die Tiroler Tageszeitung –
starker Partner der Tiroler Wirtschaft.



www.tt.com

Tiroler  **Tageszeitung**