

„Wer digital erfolgreich sein will, muss eine Diva sein“

Innsbruck (03.10.2019) - Vier Stunden geballte Digital-Expertise gab es am 1. Oktober im Hard Rock Cafe in Innsbruck, bei Westösterreichs größtem Digitalimpuls Event. Das Fazit: Wer sein Business nicht Mobile first denkt, ist der Zweite. Die Sehnsucht nach einem offenen Austausch und Best-Practice-Beispielen ist enorm.

Am 1. Oktober haben duftner.digital und Drei Business zu Westösterreichs größtem Digitalimpuls Event ins Hard Rock Cafe in Innsbruck eingeladen. Die auf 150 Teilnehmer limitierte Veranstaltung stand unter dem Motto: „Von digitalen Einsteigern zu Digital Evangelists – Denken in Möglichkeiten.“

Mit dem gewählten Titel seiner Keynote „Wer digital erfolgreich sein will, muss eine Diva sein.“ verschaffte sich Günther Kapfer von Haberkorn schnell Aufmerksamkeit. „Wenn man die führenden Köpfe der Digitalisierung anschaut, wie beispielsweise Bill Gates, Steve Jobs, Elon Musk, Mark Zuckerberg & Co, sind das Menschen die die Aufmerksamkeit lieben, manchmal impulsiv aber immer ungeduldig sind, anders sind und querdenken, mutig und mitunter verwegen handeln und sich auch immer wieder verändern können“, so Kapfer. Wie beim Klimawandel könne sich niemand mehr der Digitalisierung entziehen, so der Digitalisierungsmanager von Haberkorn, dem Marktführer im Bereich Arbeitsschutz. „Wer schneller handelt und lernt, gewinnt“, lautet die nüchterne Analyse des Vorarlbergers. Und die Leute im Unternehmen müsse man halt auch machen lassen, betont er.

Wer sein Business nicht Mobile first denkt, ist der Zweite.

„Bei der Digitalisierung geht es in erster Linie immer um das Tun“, sagt Dieter Duftner, CEO der duftner.digital group. „Digitalisierung lässt sich nicht auf Jahre im Voraus fix planen. Die Geschwindigkeit der Veränderung überholt diese Prozesse. Ich muss Digitalisierung grundsätzlich wollen und eben auch handeln.“ Dabei gelte es neue Businessmodelle zu entwickeln und zu etablieren, gewohnte Pfade zu verlassen, sich in Frage zu stellen oder sogar auf den Kopf. „Wer sein Business nicht Mobile first denkt, ist der Zweite. Und Mobile first denken wir bereits seit zehn Jahren, in allem was wir tun.“, betont Bildungs- und Digitalisierungsexperte Dieter Duftner.

Dass die Tiroler Unternehmensgruppe beispielsweise beim Thema Mobile Learning in Europa längst vorne mitmisch, sorgte an diesem Abend dann doch für einige Überraschung. „Wir haben uns in den letzten zehn Jahren unter der Käseglocke von Duftner & Partner still und leise entwickeln können“, berichtet Duftner. Wir finden und wählen nicht nur die richtigen Mitarbeiter aus (Duftner & Partner), wir binden und entwickeln sie (IOM), wir trainieren und zertifizieren sie, zB auch zu den Themen Arbeitsschutz und Sicherheit (Certific) und bieten

aus dem gleichen Hause auch unsere Programmierleistungen an und entwickeln neue Geschäftsmodelle (M-Pulso). „Der digitale Wandel, seine Veränderungsprozesse und die daraus entstehenden neuen Geschäftsmodelle brauchen komplementäre Expertisen. Wir von duftner.digital haben diese.“

Zu den Kunden von duftner.digital zählen Unternehmen wie Coca Cola HBC Österreich, Österreichische Rote Kreuz, ZGONC, MK Illumination, ELMET, Sony DADC, Heindl Bandagist, Samsung SDI Battery Systems, usw. Aus dem Hause stammt beispielsweise auch die offizielle App des Lawinenwarndienstes Tirol, die Lawine Tirol App, die Silbercard, die erste digitale Gästekarte, diverse Hotel-Apps oder auch ein Ticketingsystem für die Elbphilharmonie.

„Die Next Mobile Economy ist da“, sagte Michael Terzer, Business Development Manager bei Samsung Electronics Austria. Bei Samsung werden schon jetzt alle Angebote nurmehr für Smartphone-Displays entwickelt. Erst danach werde geschaut, ob man sie überhaupt noch für andere Devices adaptiert. Und auch mit einer weiteren Tatsache werden sich Unternehmen schnell auseinandersetzen müssen, warnt Terzer: „Die Generation Veränderung übernimmt die Führung.“

Die Sehnsucht nach einem offenen Austausch und Best-Practice-Beispielen ist enorm.

Wie groß der allgemeine Wunsch in der Unternehmerschaft oder von Institutionen nach einem Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer beim Thema ist, zeigte sich auch an den restlos ausgebuchten und moderierten zehn Thementischen, im Anschluss an die Keynotes und die Expertenrunde.

Um das digitale Mindset der Anwesenden zu fördern, wurde mit den sogenannte Breakout Sessions jener Rahmen geschaffen, um sich in ein Gebiet zu vertiefen. Zur Auswahl standen unter anderem diese Themen:

- Zu des Pudels Kern mit „21 Questions“. Effiziente Personal-Vorauswahl per App. (Jasmin Walch, Duftner & Partner)
- Veränderungsbedarf in der betrieblichen Weiterbildung: „Wenn Informationen nicht nur gelesen, sondern auch verstanden werden sollen.“ (Christian Schernthaler, (IOM) Institute of Microtraining)
- Von der analogen Welt ins digitale Zeitalter. Der Transformationsprozess am Erfolgsbeispiel „Digitale Gästekarte“. (Patrick Pixner, M-Pulso)
- Das Handy als Seminarhotel. Effiziente und generationengerechte Mitarbeiterschulung. (Martin Kisser, Coca-Cola HBC Austria)
- u.v.m.

Weitere Details zu duftner.digital und Dieter Duftner finden Sie unter duftner.digital.

Pressekontakt:

Margit Bacher

+43 664 7960040

margit@duftner.digital

<https://www.duftner.digital/digital-erfolgreich/>