



Der Innovationstag im Haus der Kommunikation

Mit einem Großaufgebot renommierter Speaker-Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft in vollbesetztem Haus hat die Serviceplan-Gruppe ihren Kunden, den geladenen „Noch-Nicht-Kunden“ und Freunden des Hauses spannende Marketing-Impulse für das Geschäft von morgen gegeben.



HANS RUBY,
Dipl.-Kfm.,
RÜBYMEDIA.



Zum Start der Veranstaltung trat Florian Haller digital als Avatar auf der Riesen-LED-Wand auf dem Podium auf und stimmte so eindrucksvoll auf das Thema des Tages ein.

Sigmar Gabriel beleuchtete den digitalen Wandel, der uns alle betrifft, und machte sich Gedanken, wie beim Einsatz Künstlicher Intelligenz und zunehmender Automatisierung der Arbeitsplätze die Gesellschaft sich refinanzieren kann. Während China mit dem Seidenstraßen-Projekt und seinen strategischen Investments auch außerhalb Chinas langfristig und strategisch denkt und

handelt, sind derlei strategische Maßnahmen in Deutschland und in Europa leider noch nicht erkennbar.

Julia Jäkel, CEO von Gruner + Jahr, offenbarte im Interview mit Prof. Dr. Klaus Schweinsberg, dem Experten für Leadership, dass mit einem neuen Geist im kreativen G+J-Haus, der auf Pomp, Protz und Firmenjet verzichtet, mehr die Mitarbeiter im Fokus stehen, und damit G+J wieder auf Erfolgskurs ist. Zeichen dafür wird ein neues Firmengebäude, das den neuen Geist im Unternehmen mit einer transparenten Bauweise unterstreichen soll.

Prof. Jürgen Schmidhuber, der „Vater der neuen Künstlichen Intelli-

- 1** Der Innovationstag im Münchner Haus der Kommunikation bringt 400 Gäste miteinander ins Gespräch
- 2** Florian Haller als digital Avatar
- 3** Visionäre Geschäftsideen, innovative Strategien und wegweisende technologische Entwicklungen sind das zentrale Thema
- 4** Sigmar Gabriel, Außenminister a.D.
- 5** Julia Jäkel, Chief Executive Officer bei Gruner + Jahr und Prof. Dr. Klaus Schweinsberg, Gründer des Centrums für Strategie und Höhere Führung (GLH GmbH)
- 6** Moderator des Abends Wolfram Kons im Gespräch mit Joko von Winterfeld über dessen Magazin JWD



genz (KI) informierte seine Zuhörer, dass Deutschland im Bereich der Erforschung der KI führend ist und die Mehrzahl der Erfindungen in diesem Sektor aus Deutschland kommen. Die LSTM Technologie (Long-Short-Term-Memory: Langes Kurzzeitgedächtnis), ohne die z.B. kein Smartphone heute funktioniert, gehört zum Spezialgebiet von Prof. Schmidhuber seit über 20 Jahren. Die KI erlaubt z.B. auch schnelleres Erkennen von Krebserkrankungen und ist ein weites Feld, das der Menschheit Nutzen bringen kann.

Tyler Brulé, der Herausgeber des weltweit verbreiteten Lifestyle Magazins *Monocle*, das vom Umfang

mit ca. 250 Seiten eher an ein Telefonbuch erinnert, zeigte, dass Print nicht tot ist und seine *Monocle*-Markenstory Dreh- und Angelpunkt für eine erfolgreiche Entwicklung weltweit ist bis hin zu *Monocle*-Luxus-Apartments, die Mitglieder seiner Luxus-Fan-Gemeinde sich als Statussymbol leisten wollen.

Der Benetton-Fotograf Oliviero Toscani wurde im Interview mit Alex Schill, dem Kreativchef von Serviceplan, seinem Ruf als „Enfant terrible“ mit heftigem Marketing-Bashing mehr als gerecht. Mit dieser mutigen Einladung konnte Serviceplan offenbaren, was den Unterschied ausmacht zwischen verantwortlicher

nachhaltiger kreativer Markenführung aus dem Hause Serviceplan und umstrittenen aufmerksamkeitswirksamen künstlerischen Exzessen, die nicht zwangsläufig zum Erfolg einer Marke beitragen, wie das beim Schicksal und Absturz der Marke Benetton sichtbar wurde.

Dass die spannendsten Entwicklungen im Bereich E-Commerce heute sich nicht unbedingt in den USA, sondern in China vollziehen, konnte Terry von Bibra (vormals Karstadt-Manager), aktuell Europa-Chef von Alibaba, der boomenden chinesischen Handelsplattform, mit Zahlen untermauern. 61% betrug das Alibaba-Wachstum alleine im ersten Halb-



10



11



12



13

- 7** Gastgeber Florian Haller, Hauptgeschäftsführer Serviceplan-Gruppe
- 8** Tyler Brülé, Unternehmer, Vorsitzender & Chefredakteur *Monocle*
- 9** Alexander Schill, Chief Creative Officer Serviceplan-Gruppe mit Oliviero Toscani, Fotograf und Kreativchef bei Benetton
- 10** Prof. Jürgen Schmidhuber, Co-Founder, NNAISENSE; Swiss AI Lab, IDSIA, USI & SUPSI, Schweiz und Carsten Knop, Chefredakteur Digitale Produkte *Frankfurter Allgemeine Zeitung*
- 11** Terry von Bibra, General Manager Europe Alibaba Group
- 12** Konstanze Wiedemann, Beyond Foundation, mit Dr. Peter Haller, Geschäftsführer und Gründer der Serviceplan-Gruppe
- 13** Virtual Reality hautnah erleben

jahr 2018 im Vergleich zum Vorjahr. Maximale Produktinformation – auch über den Hersteller und die Rahmenbedingungen der Herstellung – sind eine der Erfolgsursachen, die Kundenherzen in China höher schlagen lassen. Der Tante-Emma-Laden ist in China nicht ausgestorben: Mit E-Commerce-Technologie – die nicht viel Platz braucht – wird er wieder zum Leben erweckt. Ein Zeichen, dass der stationäre Handel nicht zum Tode verurteilt ist, wenn man neue Technologien richtig einsetzt.

Der TV-Moderator von Comedy-Sendungen Joko von Winterfeld offenbarte auf der Bühne seine Glückssträhne im Leben, die ihn immer

wieder mit interessanten Menschen und erfolgreichen Projekten in Verbindung brachte. Mit seinem Magazin *JWD* (steht nicht für „Janz weit draußen“ sondern für *Joko Winterscheid's Druckerzeugnis* mit Produktbeschreibungen, Trends, Kolumnen, Mode und Reiseführer in jeder Ausgabe) setzt er bewusst auf Print und strahlte den Optimismus aus, der jedem erfolgreichen Macher weiterhilft auf dem eigenen Erfolgsweg.

Die Serviceplan Innovation Lounge gab den Besuchern in den Pausen Gelegenheit, die Markt-Innovationen von morgen heute schon erlebbar zu machen. Dazu zählten die Avatar-Technologie mit der

3D-Brille, eine Interactive Wall, in der die Interaktion zwischen Mensch und Technologie erlebbar wird. Mit Bio Sensory Hacking können die eigenen Sinne getäuscht und Erlebnisse simuliert werden wie z.B. eine Fahrt in den Schwarzwald, ohne den Raum zu verlassen. Innovationen, die beeindruckten.

Fazit: Der Serviceplan-Innovationstag war auch 2018 ein hochkarätiges Top-Event in lockerer Atmosphäre, das es so – veranstaltet durch eine Werbeagentur – in Deutschland wohl kein zweites Mal geben dürfte und das mit jedem Top-Event der Big-Media-Player mithalten kann.

von Hans Rübey

Fotos: Unternehmen