

# Heimischer ‚Big Impact‘ bei World Summit

Österreichische Gewinner aus dem internationalen Bewerberfeld von digitalen Social Entrepreneurs gab es vergangene Woche bei den World Summit Awards, die zum ersten Mal in Österreich verliehen wurden.

Bericht von **Lukas Zimmer**

Die Idee, mit den World Summit Awards (WSA) ein Podium für digitale Innovationen mit gesellschaftlichem Nutzen zu schaffen, geht auf eine Anregung Österreichs beim Weltgipfel zur Informationsgesellschaft im Jahr 2003 zurück. Trotzdem fand der Global Congress der WSA nach Veranstaltungsorten in Asien, Afrika, Amerika und anderen europäischen Ländern heuer zum ersten Mal, auf Einladung der Stadt Wien, in Österreich statt. Stadträtin Renate Brauner unterstrich das als „wichtiges Zeichen“, da „smarte und zugleich nachhaltige Produkte eine besondere Stärke des Wirtschaftsstandorts Wien“ seien. Gekrönt wurde die Quasi-Heimkehr des WSA-Congress zu seinen Wurzeln damit, dass unter den 45 Preisträgern in acht Kategorien bei der dreitägigen Veranstaltung im Wiener Rathaus letzte Woche neben vielen interna-

tionalen Teilnehmern diesmal auch zwei österreichische Projekte waren. Für „Government & Citizen Engagement“ wurde die Stadt selbst für ihren Wienbot ausgezeichnet.

## Heimelige Wiener Antworten

Der Chatbot der Stadtverwaltung wurde Ende letzten Jahres gelauncht und wird seither ausgebaut. Was ihn von anderen Chatbots abhebt, ist zum einen die Barriere-Freiheit über alle Plattformen hinweg, und das mit der eigens programmierten „Wiener Stimme“: Die Sprachausgabe des Bots – und aller anderen Vorlesefunktionen bei digitalen Inhalten der Stadtverwaltung – schafft durch ihre österreichisch gefärbte Hochsprache Unmittelbarkeit und Vertrautheit. Zum anderen ist der Wienbot explizit auf die Simulation menschlicher Kommunikation ausgerichtet und reagiert damit auch auf „unscharf“ und umgangssprachlich formulierte Anfragen und hat darüber hinaus auch

Antworten abseits der Kernagenda der Stadtverwaltung, von Kurzparkzonen bis zum Abfallmanagement, parat: Bis hin zu Verweisen auf Lokalführer für Hungerige und Wetterprognosen reicht das Service, mit dem einen oder anderen Scherz nebenbei zur Auflockerung.

## Lebensretter im Taschenformat

In der Kategorie „Health & Well Being“ wurde der „PocketDefi“ des Teams von Jasper Ettema ausgezeichnet. Dabei handelt es sich um mehr als „nur“ einen Mini-Defibrillator von nur 5 x 8 x 10 Zentimeter, der mit einem vollen Monat Standby-Zeit und einer Lebensdauer von zehn Jahren punkten kann. Die zugehörige App bietet zudem Fernwartung und soll die Besitzer des Geräts, das in der Serienproduktion für jedermann erschwinglich sein wird, darüber hinaus vernetzen. Am Ende steht die Vision vieler PocketDefi-Besitzer, die automatisch bei Notfällen in ihrer Umgebung um Erste Hilfe gebeten werden und diese durch die Nähe auch lebensrettend schnell leisten können.

Ebenfalls im medizinischen Bereich angesiedelt und neben den Hauptpreisen mit einem „WSA Young

Innovator“-Award ausgezeichnet wurde die österreichische App-Plattform „ScarletredVision“, die dermatologische Analysen per Handykamera der Betroffenen erlaubt, was etwa weltweite Studien zu Hautkrankheiten und Medikamenten dagegen in neuem Stil möglich machen könnte.

Neben den Preisen für die innovativen Projekte stand wie immer der Austausch zwischen Kreativen, sozialen Start-ups und deren Stake-

holdern aus aller Welt im Mittelpunkt der Veranstaltung. Programmatisch wurde dabei eine neue Definition von Erfolg formuliert: Statt eines „Big Exit“, bei dem man sein Start-up zum bestmöglichen Zeitpunkt um den höchstmöglichen Preis verkaufe, solle nach dem „Big Impact“ gestrebt werden – dem bewussten Freimachen der enormen Kräfte zum gesellschaftlichen Wandel, die digitalen Innovationen innewohnen.



15 Jahre, nachdem die Idee in Österreich entstand, fand der Global Congress der World Summit Awards zum ersten Mal in Wien statt. © WSA

## Jugend wandert ins digitale Unterholz ab

Der neue Jugend-Internet-Monitor zeigt: Social-Media-Riesen wie Facebook verlieren weiter junge User. Die wollen kleinere und – scheinbar – private Plattformen.

Bericht von **Lukas Zimmer**

Dass Facebook für Jugendliche nur bedingt attraktiv ist, kann schon als digitale Binsenweisheit gelten. Der österreichische Jugend-Internet-Monitor 2018 der Initiative saferinternet.at zeigt allerdings, dass die Plattform, auf der sich oft auch die Eltern der befragten 11- bis 17-jährigen tummeln, sogar ein wenig aufholen konnte und nun wieder (als Fünftplatzierte) bei 53 Prozent Zusage liegt – dass aber inzwischen alle großen Player Einbußen bei den Jungen hinnehmen müssen. Spitzenreiter WhatsApp etwa liegt nun bei 85 Prozent in der Altersgruppe, was ein Minus von acht Prozentpunkten bedeutet.

Ähnlich geht es den Zweit- und Drittplatzierten YouTube (81 Prozent) und Instagram (63 Prozent) sowie Snapchat (59 Prozent) auf Platz vier: Sie alle haben innerhalb eines Jahres Rückgänge zwischen fünf und neun Prozentpunkten bei den Jugendlichen hinnehmen müssen. Die kommunizieren lieber in Foren, die ihnen zumindest das Gefühl geben, unter sich zu sein. 30 Prozent nutzen Skype, hier deutlich überwiegend Burschen, die das Format oft als second screen zum Videospielen nutzen. Überhaupt ist die Geschlechtertrennung bei vie-

len Apps deutlich: musical.ly mit seinen Do-it-yourself-Musikvideos etwa hat fast nur noch seine Stammklientel der 11- bis 14-jährigen Mädchen und sonst nicht mehr allzu viel Publikum.

Starke Zuwachsraten haben dafür Plattformen mit direkter Kommunikation. Die Messenger-App Telegram liegt bereits bei zwölf Prozent Nutzern, ebenso Tellyn, dessen Möglichkeit zum anonymen Versenden von Botschaften es oft genug zum Vehikel für Cyber-Mobbing macht. Zehn Prozent der Jugendlichen nutzen die Videotelefonie-Konferenzen der App House Party.

Dass das Web 2.0 im generationsbedingten Umbruch ist – und sich alle Stakeholder Taktiken dafür überlegen sollten – zeigt auch die separate Befragung nach der Relevanz der Apps für die Jugendlichen: Hier sind die Werte für Plattformen zur direkten Kommunikation noch höher. Dinge einem größeren Publikum mitzuteilen gilt hingegen als verzichtbar. Schließlich erlaubt die Befragung noch Einblicke in das Nutzerverhalten, die nicht einmal die Konzepte von Internet-Gigant Google unbeschadet lässt: Zum Suchen von Webinhalten verwenden die Jugendlichen laut eigenen Angaben lieber die Google-Tochter YouTube.

12 %  
nutzen die als  
„Mobbing-App“ in Verruf  
geratene App Tellyn  
zum Empfang anonymen  
Botschaften am  
Handy.

Werbeplanung.at  
**SUMMIT** 2018

#wpsummit18

SAVE THE DATE

13.+14. JUNI 2018  
HILTON VIENNA DANUBE WATERFRONT

summit.werbeplanung.at