



## **Persönliche Einladung**

**Round Table**

# **Konvergenz der Medien**

## **Rahmenbedingungen für Österreichs Wirtschaft**

**Impulsreferate:**

**Wolfgang Modera** (Ars Electronica Center)  
**Christoph Neumayer** (Industriellenvereinigung)

**Anschließend Podiumsdiskussion mit:**

**Franz Barachini** (RZB)  
**Heinz Janecska** (UTA Telekom)  
**Christian Maranitsch** (Compaq)  
**Peter Martos** (Die Presse)

**Moderation:** **Georg Serentschy** (Arthur D. Little)

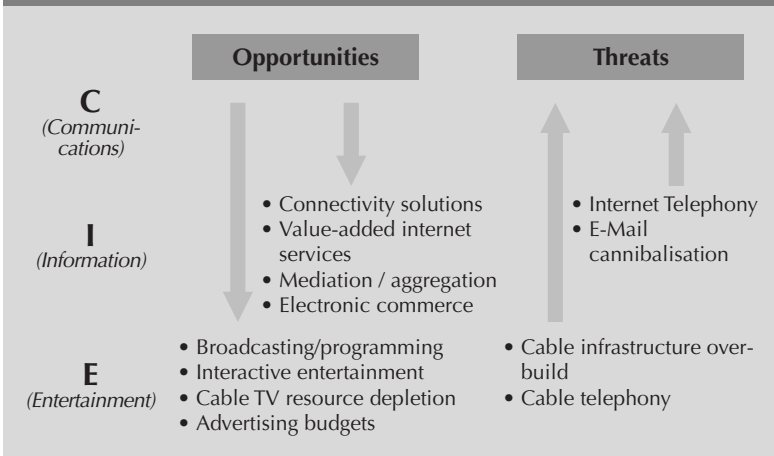
**19. Jänner 2000, 18.00 Uhr**

**Haus der Industrie, 1031 Wien, Schwarzenbergplatz 4**

Mit freundlicher Unterstützung von



## The CIE convergence: opportunities and threats for telecom operators



Die Nutzung neuer Medien bringt Wandel für Wirtschaft und Gesellschaft – die traditionelle Wertschöpfung verändert sich, neue Vertriebswege entstehen und der Konsument sieht sich mit immer schnelleren Produktzyklen und ständig neuen Technologien konfrontiert. Steuerungsversuche durch den Staat stehen den Interessenslagen der österreichischen Unternehmen gegenüber.

Interaktive Technologien und Kommunikationskanäle bieten ständig neue Mittel und Möglichkeiten, den Konsumenten anzusprechen. Einer der Megatrends ist die ständige Weiterentwicklung der Visualisierung (Virtual Reality). Potentiale der Güter werden damit handelbar, das virtuelle Gut könnte bedeutsamer als das reale Gut werden (vgl. Trennung in Realgütersphäre und Finanzwelt mit den Derivaten).

Eine weitere Tendenz ist die intensive Prägung der Kultur durch Technologie – u. a. auch Life Sciences, wobei die kulturelle Prägung insbesondere auch bis in den individuellen Lebensstil hineinreicht. Was heißt es tatsächlich, neue Medien hochgradig in meinen konkreten Lebensentwurf zu integrieren? Welche Modelle erhalte ich zur Orientierung angeboten? Dies ist ein wesentlicher Faktor für die Vermarktung neuer Produkte! Erst durch geänderte Anwendungsbereiche ist das neue technische Feature überhaupt nutzenstiftend, Vermarktungsstrategien müssen daher auch Angebote für Lebensstile und -entwürfe aufweisen. Dadurch entstehen aber auch weitreichende Konsequenzen für gesellschaftliche Grundstrukturen.

Schließlich prägen auch „Edutainment“ und Unterhaltungsindustrie Nutzungsgewohnheiten, die auch für die Verwendung der digitalen Medien relevant werden. Kundenorientierung heißt auch, den Kunden in seiner Welt abzuholen und Angebote immer auch vor dem Hintergrund der (Seh-)gewohnheiten zu spezifizieren.

*Beschränkte Teilnehmerzahl. Um Anmeldung mit dem Formular auf der Rückseite wird gebeten.*

An  
Future Network  
Kaiserstraße 14/2  
1070 Wien  
Tel.: (01) 522 36 36-37  
Fax: (01) 522 36 36-10  
E-Mail: [office@future-network.at](mailto:office@future-network.at)  
**<http://www.future-network.at>**

## **ANMELDUNG**

Ja, ich möchte am Round Table „Konvergenz der Medien“ am 19. 1. 2000 teilnehmen.

Firma:

Name:

Straße:

PLZ, Ort:

Tel./Fax/E-Mail:

Ich bin Mitglied der Industriellenvereinigung

Oder legen Sie einfach Ihre Visitenkarte bei!

Anmeldeschluß: 16. 1. 2000