

Dr. Wolf Siegert: Anmerkungen zum DIHT-Konzept-Entwurf „neue Medien und Netze für den Mittelstand/KMU“

Vorbemerkung:

Mag dieser Titel auch noch ein vorläufiger sein, so weist er offensichtlich auf Spuren der Intervention anlässlich der „IRIS[®] Media Schnupperphase“ hin.
Merci.

In der Tat: eine attraktivere Formulierung wäre sicher gefälliger, gemäß der Frage: No more business without multimedia-business?

Nach meiner persönlichen Erfahrung: ist der inhaltliche Knoten erst einmal geplatzt, kommt d e r Titel wie von selbst in den Kopf und von dort dann auf die Kopfzeile der Programmankündigungen.

Ziel:

Stichwort: Bevölkerung

Mein Vorschlag: gleich mit dem Ergebnis der Befragung „einsteigen“. Die potentielle DIHT-Klientel ist vielleicht doch nicht genau identisch mit der „Bevölkerung“ im allgemeinen.

Stichwort: Akzeptanz der neuen Technologie erhöhen.

Ja und nein! Es geht weniger um die Technik, als um die Anwendungen. Und um die Anwendungen geht es auch nur dann, wenn sie konkret Sinn machen. Und der ergibt sich am ehesten daraus, wenn man damit sparen, genauer gesagt: ökonomischer seine Kräfte einsetzen kann. Anders gesagt: es kann hier nicht nur darum gehen, Lösungen vorzustellen, die das wirtschaftlich motivierte Handeln „billiger“ werden lassen. Man wird auch auf diesem Sektor um Investitionen nicht herumkommen, will man in Zukunft noch „am Ball“ zu bleiben.

Positionierungsempfehlung:

Die Ambivalenz des Begriffs Multimedia ist von zwei Seiten aus zu definieren: einmal so, wie in dem Text beschrieben, zum anderen aber auch von jenen ,die bereits von dem „Haßwort“ *Multimedia* sprechen, siehe SZ # 135, S. 46.

Das bedeutet, der DIHT sollte seine *Leadership*-Funktion als Bahnbrecher der Multimedia-Technologien bei den KMU's dadurch realisieren, daß er sich in seiner Kompetenz als Nachfrager von Anwendungen aus diesem Bereich profiliert.

Zielgruppe:

a) Stichwort: Entscheidungsträger

b) Stichwort: [„kleine“ Gewerbetreibende und „mittlere“ Unternehmer] also: die KMU-Chefs

Es ist zwar verständlich, was in der Abgrenzung zu b) und c) gemeint ist. Dennoch, mein Votum: Entscheidungsträger sind die Unternehmer aus dem Mittelstand genauso wie die VIPs. Sie sind die für dieses Vorhaben die eigentlichen *important persons!*

Für die VIPs darf das keine Verpflichtung sein, nach Köln kommen zu müssen, sondern sie sind so zu motivieren und einzustimmen, daß sie es sind, die dahingehen wollen. Damit auch sie endlich einmal die Gelegenheit haben, lernen zu können, unverkrampft zu fragen -und zuzuhören: auf die Fragen der Anderen!

Damit ist auch die entscheidende Brücke gegeben zum...

Stichwort c): Aus- und Weiterbildung

Hier , auf dieser Veranstaltung, müssen die erwähnten Partner unter Beweis stellen, daß und wie sie sich mittels Ihrer neuen Techniken und Technologien auch vermitteln können.

Zeitpunkt, Ort:

Sorry, die Aussagen in diesem Teil sind wichtig, haben aber nur wenig mit der Überschrift zu tun.

Veranstaltung:

Wie in der Vorlage richtig ausgeführt, geht es weniger um die Orgatec, sondern um die Ifcom: die „Anwendermesse für Information und Kommunikation“.

Stichworte zu a)

Vorschlag, noch mal zu überdenken, ob man den Event-Teil auf zwei halbe Tage verteilt, oder aber einen Tag als Veranstaltung ex cathedra und dazu den Empfang am Abend) und einen Tag als Workshop / Dialog organisiert.

Über die Rolle der VIPs und die Verbindungen zu diesen Herren brauche ich dem DIHT wohl nichts zu erzählen.

Gleichwohl einige Anregungen:

Wo sind die Frauen, die zu diesem Thema aus ihrer Sicht was zu sagen haben (persönlich wäre von daher auch nichts gegen Fr. H. Kohl einzuwenden)?

Nach dem oben gesagten sollten bevorzugt solche Personen eingeladen werden, die selber auch Interesse hätten, zu bleiben und auf dieser Veranstaltung zu lernen.

Pflichtveranstaltungen zum Thema Multimedia, zu dem die VIPs hin müssen, gibt es mehr als genug. Da man dennoch auf bestimmte Leute nicht verzichten will, kann eine Videokonferenzleitung auf der Basis von 6 x 64 Kbit/sec eine technisch leicht zu realisierende und kostengünstige Lösung darstellen.

Veranstaltungsempfehlung: No more: more of the same!

Was innovative, lehrreiche und kommunikationsfreudige Veranstaltungsszenarien betrifft, sollten wir alsbald und mit etwas Zeit im Rahmen einer neuen Beratungsrunde miteinander erneut reden:

1. Szenario: Multimedia: Visionen -
Wirklichkeit - Wirtschaftlichkeit
2. Szenario: Lernen als Dialog: Lehrlinge
spielen gegen ihre Ausbilder

Stichworte zu b)

Ja, genau das: Multimedia ist begreifbar zu machen!

Dieses ist Motto und zugleich die „Schnittstelle“ für die Zusammenarbeit mit dem Messebeteiligten, will sagen: mit der Messegesellschaft *und* den Ausstellern. Diese im Vorfeld zu identifizieren und in das Konzept mit einzubringen ist die eigentliche inhaltliche Herausforderung. Hier kann der DIHT den beiden Genannten mit seinem Konzept einen echten Mehrwertdienst erweisen. Als Messeveranstalter qualifiziert er zusätzlich das Angebot ausgesuchter Messeaussteller.

Partner:

Stichwort: geldwerte Leistungen

In der Tat: auch wenn entsprechende Versprechungen gemacht werden, sollten diese nicht als Grundlage des eigenen Finanzplans herangezogen werden.

Es wird zu unterscheiden sein zwischen solchen Ansprechpartnern, die selber ausgesuchte Messeaussteller sind und solchen, die aus anderen Gründen an einer Teilnahme interessiert sein könnten als potentielle DIHT-Partner dabeizusein.

Bei der Partnersuche sind wir gerne behilflich. Dieses sowohl in Zusammenarbeit mit dem DIHT als auch der Messe. Achtung: diese Aktivitäten müßten möglichst bald anlaufen, will man überhaupt noch eine Chance haben. Alle anderen regionalen und nationalen Veranstaltungen für 1996 haben sich bereits plaziert.

Follow up:

Stichwort: netzförmiges Veranstaltungskonzept

Wichtig scheint es mir auf ein Positivum hinzuweisen, das möglicherweise *Inhouse* als Selbstverständlichkeit gilt und daher nicht mehr ausreichend wahrgenommen wird: daß man hier nicht bei „Null“ anfängt.

Wie bereits in der „Schnupperphasenabschlußvorlage“ angerissen: die allseits entstehenden Veranstaltungen und Initiativen zu diesem Thema sollten so schnell als möglich zusammengetragen werden, so wie das bereits für den Bereich der Innovationsinitiative vorbildlich gemacht wurde.

Nicht der Statistik halber, sondern um damit sogleich genauer die „Stimmung vor Ort“ ausloten und nutzen zu können.

Achtung: der Koordinations und Kooperationsaufwand wird für die Durchführung dieser Aufgabe könnte ebenso leicht unterschätzt werden, wie für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltung selber.