Interview

Technik bringt ohne Inhalte gar nichts

Fragen an Oliver Frese von Marlies Ockenfeld

DOI 10.1515/iwp-2016-0055

Im Mittelpunkt der CeBIT stehen auch 2017 IoT und M2M-Kommunikation, verbunden mit Lösungen für die dabei zwangsläufig auftretenden Probleme der IT-Sicherheit. Welche Rolle spielen die Bedürfnisse der Menschen als Beschäftigte, Konsumenten und Bürger für die Konzeption der Messe?

Der Mensch steht stets im Mittelpunkt der digitalen Transformation. Das haben wir 2016 als Veranstalter der CeBIT bereits mit dem Topthema „d!conomy – join – create – succeed“ deutlich unterstrichen. Wenn der Mensch bei der Digitalisierung mitmacht, hat er auch alle Möglichkeiten und Chancen sie selbst zu gestalten, die Herausforderungen zu meistern und schließlich erfolgreich zu sein. Was die Bedürfnisse des Menschen angeht, stellen wir fest, dass es da kaum noch Unterschiede zwischen den Welten Arbeiten und Leben gibt. Das kann, denke ich, jeder bei sich selbst beobachten. Wer es gewohnt ist, über die Apps seines privaten Smartphones schnellstens auf alles eine Antwort zu finden oder sich auf den unterschiedlichsten Kanälen mit seinem sozialen Netzwerk auszutauschen, der kann meist auch im beruflichen Umfeld nicht mehr darauf verzichten. Daher erkennen wir auch bei vielen Business-Anwendungen, dass sich die Lösungsanbieter das Prinzip der Consumerization zu Eigen gemacht haben. Das wird sich auch im kommenden Jahr im März auf der CeBIT in Hannover ein weiteres Mal zeigen.

Wenn Sie an Ihre eigenen Informationsprozesse zur Vor- und Nachbereitung der CeBIT und zur individuellen Ansprache von Ausstellern und Besuchern denken, welche Verbesserungen würden Sie sich da wünschen?

Ich denke, dass wir mit den Informationsprozessen rund um die CeBIT, aber auch bei unseren anderen Messen in Hannover, schon auf einem sehr guten Weg sind. Aber sicher lassen sich da immer wieder einzelne Prozesse, Prozessschritte oder Anwendungen verbessern. Deshalb beschäftigen wir uns in unserem „Digital Office“ auch ständig mit neuen Technologien und fragen uns, wie wir den Besuch auf dem Messegelände noch werthaltiger gestalten können.

Oliver Frese ist im Vorstand bei der Deutsche Messe AG zuständig für die CeBIT.

Das sind vor allem Wünsche an die IT. Gibt es auch Wünsche an die Gestaltung der Prozesse?

So schauen wir uns aktuell etwa die Themen Virtual Reality oder auch Augmented Reality an. Letzteres hat ja gerade durch Pokémon Go einen unglaublichen Hype erlebt – und wir als Messeveranstalter fragen uns natürlich, wie wir das in das Messeerlebnis unserer Besucher einbinden können. Aber das ist nicht allein eine technische Frage, sondern auch eine inhaltliche. Denn wenn Sie mit Hilfe von Augmented Reality virtuelle Inhalte auf Smartphones oder andere Devices bringen, müssen Sie diese Inhalte auch erst einmal generieren und in der richtigen Form – sowohl inhaltlich als auch technisch – zur Verfügung stellen. Technik bringt ja ohne Inhalt gar nichts. Deshalb arbeiten wir in unseren Kommunikations- und Marketing-einheiten auch immer wieder an der Frage, wie sich die Fülle an Content, die eine Messe wie eine CeBIT durch die Beteiligung von 3.000 Unternehmen aus aller Welt jedes Jahr aufs Neue hervorbringt, noch besser strukturieren und präsentieren lässt.

Das sind typische Aufgaben für Informationsspezialisten. Beschäftigen Sie entsprechende Fachleute in Ih-

rem Team? Bilden Sie Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste aus oder stellen Sie Praktikumsplätze für angehende Informations- und Dokumentationsspezialisten bereit?

Aktuell bedienen wir uns da noch des Know-hows von Agenturen und Partnern, mit denen wir eng zusammenarbeiten. Aber ich möchte nicht ausschließen, dass wir hier perspektivisch auch eigene Kompetenz im Haus aufbauen.

Wo in der Unternehmensstruktur der Messe sind das Wissensmanagement oder der Bereich Business Intelligence organisatorisch angesiedelt? Ist es ein eigenständiger Bereich, eine Stabsstelle, Teil einer größeren Unternehmenseinheit?

Es gibt bei uns keine einzelne Abteilung, die sich ausschließlich mit dem Thema Business Intelligence beschäftigt. Das hielte ich auch nicht für den richtigen Ansatz. Ich denke, dass sich das Verständnis für die Daten eines Unternehmens durch mehrere Bereiche ziehen muss, weil unglaublich spannende Erkenntnisse in den Daten versteckt sind – man muss nur bereit sein, sie zu finden – und natürlich muss man auch wissen, was man sucht. Diese Fragen stellen wir uns gleich in mehreren Abteilungen, natürlich in unserem Digital Office, aber auch im Finance-Bereich, ebenso wie in der Produktentwicklung und beim Facility Management. Wenn man das größte Messegelände der Welt betreibt, kann man sich beispielsweise auch die Daten aus den Gebäuden zu Nutze machen und Erkenntnisse daraus ziehen.

Warum sollten Information Professionals die CeBIT 2017 besuchen, welche Ausstellungs- oder Konferenzschwerpunkte empfehlen Sie ihnen und warum?

Die CeBIT ist für IT Professionals nach wie vor ein Muss – und sie sind nach wie vor auch unsere größte Kundengruppe. An keinem anderen Ort der Welt kann man sich als Information Professional oder IT Experte so schnell einen kompletten Überblick über die neuesten Lösungen, Anwendungen und Chancen der Digitalisierung verschaffen. Ein Besuch auf der CeBIT spart Entscheidern zwei Wochen Reisezeit und damit auch Reisekosten, wenn es darum geht, eine Investition vorzubereiten. Aber ebenso wichtig wie die neuesten Lösungen und Anwendungen sind die Inspirationen, die die Besucher aus Hannover mitnehmen können. Zum einen ist das natürlich der Bereich Research und Innovation, in dem sich Forschungsinstitute und Universitäten präsentieren, aber eben auch die Halle 11 mit

der Plattform für Start-ups SCALE11. 350 junge Unternehmen haben sich 2016 dort präsentiert, viele von ihnen mit einmalig kreativen Business-Ideen. Und nicht zuletzt die CeBIT Global Conferences. Diese fünftägige Veranstaltung hat sich inzwischen mit Blick auf die inhaltliche Tiefe, die thematische Breite und die gesellschaftliche und politische Relevanz zur weltweit wichtigsten Konferenz für die Digitalisierung entwickelt.

Der Präsident der DGI, Reinhard Karger, moderiert den Future Talk, die IWP ist Medienpartnerin der CeBIT. Welche weiteren Berührungspunkte sehen Sie zwischen der Deutschen Gesellschaft für Information und Wissen e. V. und der Deutsche Messe AG in Hannover?

Der Future Talk ist die zentrale Diskussionsplattform für die Wissenschaft und Dreh- und Angelpunkt des Bereichs Research und Innovation. Reinhard Karger ist seit vielen Jahren Herz und Hirn des Future Talks. Wir arbeiten gemeinsam mit ihm an der Weiterentwicklung des Bereichs und bringen dabei auch die Interessen der DGI mit ein. Weitere Berührungspunkte sind aus meiner Sicht immer dann gegeben, wenn es darum geht, die Zukunft und damit auch die digitale Transformation zu gestalten und die wissenschaftliche Perspektive mit einzubringen – und nicht nur die technische Perspektive, sondern eben auch aus anderen Zweigen der Wissenschaft. Hier lade ich alle Mitglieder der DGI ein, die CeBIT als Plattform für den Austausch zu nutzen.

Die CeBIT 2017 findet vom 20. bis 24. März in Hannover statt. Partnerland ist Japan.