



Apps & Digitalisierung:

„Die Challenge ist zu wissen, was mache ich nicht!“

Oliver Zeisberger, Martin Mössler, Christian Pittner, Bernd Stockinger und Martin Klingbacher (v.l.) diskutierten über Vernetzung und Digitalisierung. • BENJAMIN GASSER

INTERESSANT. Experten diskutierten auf der Bühne über die unzähligen Technologie-Start-ups und App-Entwickler. Was braucht es, um erfolgreich zu sein? Welche Innovationen sind gerade besonders gefragt? Und wie und wo kann man sich Unterstützung für die eigene Idee suchen?

Von Verena Leitold
 ✉ verena.leitold@grazer.at

Science-Park-Manager **Martin Mössler**, Citycom-Geschäftsführer **Bernd Stockinger**, eCommerce-Experte **Christian Pittner** von Niceshops und epsimec-Geschäftsführer **Martin Klingbacher** diskutierten mit Moderator **Oliver Zeisberger** auf der Bühne über Vernetzung und Digitalisierung sowie Smartphones und Apps als Kommunikationstools.

„Es braucht nicht die 40. Fitnessapp. Dinge sind dann monetarisierbar, wenn sie Probleme lösen, die wirklich ein Problem sind. Und es ist kein Problem, dass ich meine Laufstrecke nicht täglich mit meinen Freunden teilen kann. In zehn Jahren wird sich dafür niemand mehr interessieren“, stellte Mössler klar. „Nahrung, Agrikultur und so weiter, das sind die Geschäftsge-

biete, die in zehn Jahren gefragt sind!“

„Das ganze Thema Gesundheit hat noch viel Potential“, meint Stockinger. „Was kann man tun, damit alte Menschen länger daheim bleiben können? Durch Digitalisierung kann man etwa die Luftgüte messen, analysieren, was ein Mensch ausatmet und ob er vielleicht krank wird.“

Aktuell verkaufen sich laut Pittner Consumer Electronic Produkte und Food-Start-ups sehr gut. „Alles was mit einem gesunden Lebensstil zu tun hat!“

Klingbacher glaubt: „Künstliche Intelligenz und der damit zusammenhängende Technologieprozess hält immer mehr Einzug ins tagtägliche Leben. Start-ups in diese Richtung werden wahrscheinlich in zehn Jahren auch noch belastbar sein!“

Markt & Timing

„Die größte Challenge für Jung-

unternehmer ist es, zu überlegen, was mache ich nicht?“, so Stockinger. In schier unendlichen Möglichkeiten gelte es ein Tätigkeitsfeld zu finden – eines, für das es auch einen Markt gibt. Denn: „Die Frage ist, ob es Kunden gibt, die bereit sind, für meine Problemlösung Geld auszugeben.“

Besonders wichtig sei auch das Timing. Mössler bringt ein Beispiel: „Ford hat weder das Automobil noch das Fließband entwickelt!“ Ein aktuelleres Beispiel sei laut Klingbacher Bing und ChatGPT. „Da wurde gerade ein jahreslanges Monopol durch Innovation gebrochen. Das hat sich auch in den Aktienkursen abgebildet. Die Big4 geraten zunehmend unter Druck.“

Es braucht Gamechanger wie es seinerzeit etwa das Iphone war, da sind sich die Experten einig. Aber was könnte ein solcher Gamechanger sein? „Dinge, die

den Alltag und das Arbeitsleben anstrengend und fad machen – wenn diese automatisiert oder zumindest halbautomatisiert stattfinden können, das könnte ein Gamechanger sein“, antwortet Klingbacher.

Soziale Vernetzung

„Wichtig ist es als Start-up, dass man flexibel und anpassungsfähig ist“, so Pittner. „Und dass man sich Hilfe und Unterstützung sucht!“ So seien Messen wie die Gründermesse und der Austausch mit anderen Gründern, aber auch von Beratungsunternehmen von essentieller Bedeutung. „Auch aus Fehlern von anderen kann man lernen!“ Nicht nur die Digitalisierung, sondern auch die soziale Vernetzung ist wichtig.

„Es braucht immer Menschen, um eine Idee, einen Traum zu realisieren. Menschen, die einen auch in schwierigen Zeiten unterstützen“, so Mössler.