

11.10.2006 – 13:39 Uhr

CeBIT 2007 (15. bis 21. März): Andreas Schweinbenz ist der Convergator of the Year 2006

Hannover (ots) -

- Convergators' Awards erstmals in Berlin verliehen
- Ehrung für visionäre Persönlichkeiten der Wirtschaft
- Preisträger auf der CeBIT 2007

Dr. Andreas Schweinbenz ist der "Convergator of the Year" 2006. In Berlin hat der Geschäftsführer der Netviewer GmbH (Karlsruhe) gestern Abend die Auszeichnung im Rahmen der erstmals verliehenen Convergators' Awards 2006 entgegengenommen. Zu den Initiatoren der Awards zählen die Leitmesse der ITK-Industrie CeBIT, der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM), Ernst & Young sowie die Agenturgruppe Serviceplan. Mit ihrem Preis, der in insgesamt neun Rubriken vergeben wurde, wollen sie Vorreiter der Konvergenz ehren - Menschen der Wirtschaft, die sich beim Zusammenwachsen von Medien, Diensten und Technologien verdient gemacht haben. Die Preisträger werden auf der CeBIT 2007 (15. bis 21. März) vertreten sein, die als einzige Messe ihrer Art das Thema Konvergenz, also das Zusammenwachsen von Netzen, Geräten und Anwendungen, umfassend darstellt. Informationen über die Gewinner der Convergators' Awards 2006 gibt es dann am Stand des BITKOM.

"Ich freue mich, dass ich dabei helfen kann, Dinge hier in Deutschland voran zu treiben. Wir müssen nicht nur immer nach Amerika für neue Ideen schauen", sagte Dr. Andreas Schweinbenz. Seit Juni 2001 ist er Geschäftsführer der Netviewer GmbH in Karlsruhe. Mit der Software von Netviewer können Unternehmen multimedial live interagieren. Im Rahmen einer Telefonkonferenz werden Dokumente via Intra- bzw. Internet gemeinsam auf den Rechnern der Teilnehmer bearbeitet. Über beliebige Distanzen hinweg schauen sich die Nutzer einfach gegenseitig auf den Bildschirm. Die Netviewer GmbH ist ein selbstständiges Unternehmen, mit Tochtergesellschaften und Repräsentanzen weltweit und beschäftigt rund 170 Mitarbeiter.

Für die Convergators' Awards 2006 hatten einige Dutzend Persönlichkeiten aus Deutschland und dem Ausland kandidiert. Aus allen Bewerbern wählte eine Fachjury zunächst zwölf Finalisten in insgesamt vier Kategorien aus. Über die Sieger in den einzelnen Kategorien wurde gleich zweimal entschieden: Zum einen kürten die Mitglieder der Gesamtjury ihre Favoriten, zum anderen die Internet-Nutzer. Letztere konnten in einem öffentlichen Online-Voting abstimmen.

Sowohl die Jury- als auch die Publikumspreise wurden gestern Abend verliehen. Die über 400 Gäste der Verleihungsgala wählten zudem unter allen Gewinnern den "Convergator of the Year" - eine Auszeichnung zu Ehren von Jörg Schomburg, dem kürzlich verstorbenen "Mister CeBIT". Und hier alle Gewinner der Convergators' Awards 2006 im Überblick:

Kategorie "Mobile Content"

Jurypreis: Marco Mezger, xsmart AG

Publikumspreis: Bernd Kreissig, Brockhaus Duden Neue Medien GmbH

Kategorie "Crossmedia Marketing"

Jurypreis: Axel Boesche, Neven Vision GmbH

Publiumspreis: Sascha Burghardt, Deutsche Eisenbahn-Reklame GmbH

Kategorie "Digital Living"

Jurypreis: Dr. Andreas Schweinbenz, Netviewer GmbH

Publikumspreis: Dr. Andreas Schweinbenz, Netviewer GmbH

Kategorie "Telematics & Navigation"

Jurypreis: André Jurleit, GPSoverIP GmbH

Publikumspreis: Alex Fuhr, Orbit GmbH

Convergator of the Year

Dr. Andreas Schweinbenz, Netviewer GmbH

Ausführliche Portraits zu den Finalisten und ihren Projekten sind ebenso im Anhang zu finden wie Hintergründe zu den Convergators' Awards.

Begleitet wurde die diesjährige Verleihung von den Medienpartnern Focus, Focus Online sowie w&v. Für das kommende Jahr ist eine Fortsetzung der Convergators' Awards geplant.

(Zeichen: 3 591 Buchstaben mit Leerzeichen)

ANHANG:

Die Convergators' Awards

Was sind die Convergators Awards?

Mit den Convergators' Awards sollen die Leistung von Persönlichkeiten der internationalen Wirtschaft geehrt werden, die sich als Vorreiter (nicht nur Vordenker) der Konvergenz in verschiedenen Kategorien im deutschen Markt bewiesen haben. Dies können Vertreter der High-Tech-Industrien sein, müssen es aber nicht. Sowohl deutsche, als auch ausländische Unternehmen sind zugelassen. Entscheidend ist die Relevanz für den deutschen Markt - à la "Made for Germany". Ziel ist also, die Menschen in den Vordergrund zu rücken und nicht die Technologie. Mit anderen Worten: die Macher vor dem Gemachten. Deren Leistungen müssen am besten bereits erfahrbare Realität geworden sein (mindestens in einem umfangreichen Pilotprojekt) oder Marktreife innerhalb der ersten Hälfte des jeweiligen Jahres erreichen. Businesspläne und Konzepte reichen nicht.

Wer sind die Initiatoren der Awards?

Initiatoren und Träger der Convergators' Awards sind namhafte Unternehmen und Institutionen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, die Konvergenz als Motor und Chancenträger für den Wirtschaftsstandort Deutschland positiv im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu verankern: BITKOM, Deutsche Messe AG, Ernst & Young, FOCUS, w&v, FOCUS Online, Agenturgruppe Serviceplan. Verbunden ist die Verleihung der Awards mit einem informativen Tageskongress samt Top-Gastrednern.

Wer entscheidet über die Preisträger?

Über die Sieger in den insgesamt vier einzelnen Kategorien wird gleich zweimal entschieden. Zum einen küren die Mitglieder der Gesamtjury ihre Favoriten, zum anderen die Internet-Nutzer. Letztere können in einem öffentlichen Online-Voting abstimmen. Sowohl die Jury- als auch die Publikumspreise werden jährlich in Berlin verliehen. Die Gäste der Verleihungsgala wählen zudem unter allen Gewinnern den "Convergator of the Year" - eine Auszeichnung zu Ehren von Jörg Schomburg, dem so genannten "Mr. CeBIT".

Welche vier Kategorien gibt es?

Digital Living

Hierunter fallen alle Geschäftsgebiete, in denen Inhalte "direct to customer" an stationäre Endgeräte übertragen werden. Als Basistechnologien umschließt dieses Feld die Breitbandanbindung, die rückkanalfähige Kabelanbindung, die Heimvernetzung und einen Teil der Ambient Technologies. Ziel der Geschäftsmodelle ist in der Regel die Übertragung von Inhalten.

Mobile Content

Diese Kategorie umfasst alle Geschäftsgebiete, in dem Inhalte "direct to customer" an mobile Endgeräte, etwa das Handy, übertragen werden. Hier ist auch der Bereich des Digital Right Management bereits von hoher Bedeutung. Beispiele hierfür sind Downloads von Musik oder Klingeltönen auf das Handy oder den MP3-Player.

Telematics & Navigation

Fortschrittliche Fahrzeugtechnik, innovative Verkehrsleitsysteme und die digitale Vernetzung der einzelnen Verkehrsträger stehen im Fokus intelligenter Lösungen für die Automobilbranche und die Logistikindustrie. Der Einsatz von Informationstechnik und Telekommunikation im Verkehrswesen verbindet dabei beispielhaft ökonomischen und ökologischen Nutzen für die deutsche Volkswirtschaft.

Crossmedia Marketing

Dieser Begriff beschreibt die Vernetzung aller zielgruppenrelevanten Kommunikationskanäle einer Marketingmaßnahme durch Nutzung aller (elektronischen) Möglichkeiten zu Dialog und Interaktion. Diese Vernetzung erfolgt in der Regel bereits in der Konzeption durch den abgestimmten Aufbau von Inhalten und Gestaltung. Darüber hinaus sind Synchronität und Prozessoptimierung von hoher Bedeutung. Beispiele hierfür sind multimediale Werbeaktionen mit angeschlossenen Gewinnspielen im Internet und individualisierter Informationsweiterleitung.

Was ist Konvergenz?

Die hinter dem Schlagwort "Konvergenz" verborgenen Phänomene können mit dem Satz zusammengefasst werden: "Alles wächst zusammen - Netze, Geräte und Anwendungen." Konvergenz ist aber inzwischen nicht nur ein Schlagwort, sondern bei vielen Produkten und Anwendungen praktisch erlebbar. Wir unterscheiden drei Ebenen der Wertschöpfungskette, auf denen Konvergenz stattfinden kann: Dienste, Netze und Endgeräte. Diese Märkte konvergieren einerseits in vertikaler Richtung, wenn Unternehmen versuchen, vor- oder nachgelagerte Stufen der Wertschöpfungskette selbst zu bedienen. Mobilfunkbetreiber verkaufen zum Beispiel Handys unter eigenem Label, Fernsehsender produzieren Sendungen selbst, oder Breitbandprovider stellen ihren Kunden eigene Inhalte zur Verfügung. Noch einschneidender macht sich die funktionale Konvergenz beim Endkunden bemerkbar: hier brechen die Grenzen zwischen den einzelnen Bereichen auf. Einige Beispiele seien hier genannt. Das Internet kann in guter Qualität Sprache übertragen. Der Dienst wird als Voice over IP verkauft. Das Internet kann auch Musik und Filme übertragen. Zum wahren Alleskönner wird das Handy: Der Nutzer kann sich entscheiden, ob er mit dem Handy telefonieren, spielen, fotografieren, im Internet surfen, seine Termine organisieren oder bald auch fernsehen will.

Die Finalisten der Convergators' Awards 2006

Kategorie "Mobile Content"

Joel Berger, MTV Networks

Person: Joel Berger ist seit Mitte 2000 Mitglied der Geschäftsleitung bei MTV Networks. Ihm obliegen alle interaktiven Geschäftsfelder von MTV, VIVA, NICK und Viva Plus. Die Kommunikation mit dem Zuschauer erstreckt sich dabei vom Marketing, über PR, bis hin zu den Bereichen Interactive (Online, Mobile, Teletext) und OnAir Promotion. Mit Musik hatte Berger schon vor seinem Einstieg bei MTV zu tun. Nach einer betriebswirtschaftlichen Ausbildung sammelte er zunächst Berufserfahrung im PR- und Marketing-Bereich. Danach leitete er als Director New Media die Webpräsenzen und interaktiven Geschäftsmodelle von Sony Music.

Projekt: In Zeiten von Handy und Internet muss auch das Musikfernsehen interaktive Wege einschlagen. MTV hat seine mediale Präsenz deshalb auf diverse technische Plattformen ausgedehnt. Ein

Beispiel: MTV Overdrive. Auf dem kostenlosen Breitband-Videoportal im Internet kann der User neben MTV-Inhalten auch nicht gezeigte Contents abrufen. Mobiles, gebührenpflichtiges Musikfernsehen bieten hingegen MTV Music und MTV Shorts, sei es als 24-Stunden-Kanal für UMTS-Handys und DMB-Geräte oder als Zusammenschritt der besten MTV-Shows. Weiterentwicklungen gab es auch bei interaktiven Sendungen wie MTV Videoclash. SMS, MMS (Meet at MTV) oder Instant Messenger (TRL) bieten der Zielgruppe neue, vielseitige Feedback-Möglichkeiten.

Bernd Kreissig, Brockhaus Duden Neue Medien GmbH

Person: Bernd Kreissig ist seit 2001 Geschäftsführer der Brockhaus Duden Neue Medien GmbH. Geboren 1965 in Saarbrücken, studierte er zunächst evangelische Theologie in Oberursel/Ts. Parallel dazu beschäftigte er sich mit Informatik und Computerlinguistik und arbeitete sowohl freiberuflich als auch als Hilfskraft am Lehrstuhl für Computerlinguistik an der Universität Heidelberg. Nach dem Abschluss des Studiums 1993 begann dort seine berufliche Laufbahn als wissenschaftlicher Angestellter. Als Anwendungsprogrammierer trat Kreissig schließlich in den Verlag Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG ein.

Projekt: Die 21. Auflage der Brockhaus Enzyklopädie passt bequem in eine Hosentasche. Ein USB-Stick und zwei multimediale DVD-ROMs enthalten neben den 300.000 Stichwörtern der Printausgabe 25.000 Bilder, 280 Videos, 140 Animationen, rund 3000 Hörbeispiele, einen 3D-Globus u.v.m. Durch Weblinks, diverse Online-Bilddatenbanken und den Zugriff auf brockhaus-enzyklopaedie.de erschließen sich dem Nutzer weitere Recherchemöglichkeiten. Organisiert wird diese Informationsfülle über einen virtuellen 3-D-Wissensraum. Er dient zur Visualisierung von Wissenszusammenhängen und erlaubt eine explorative Navigation. Und sollte es doch an einer Stelle mal nicht mehr weitergehen, kann der Nutzer dem Lexikon Fragen in natürlicher Sprache stellen.

Marco Mezger, xsmart AG

Person: Geboren 1973, hatte Marco Mezger von 1995 an zunächst diverse Führungspositionen bei der Bechtle AG inne. Unter anderem war er dabei für die Führung der Schweiz-Geschäfte, den Sales-Bereich Europa sowie den eCommerce des Unternehmens verantwortlich. Von 2002 bis 2005 leitete Mezger dann die EMEA-Geschäfte bei Smith & Associates, USA.

Projekt: Wer in Köln Bus fährt, muss dem Fahrer unter Umständen nur noch sein Handy vorzeigen. Die Verkehrsbetriebe dort setzen auf die mobilen Tickets der Schweizer Firma xsmart. Sie hat ein Kompressions- und Entschlüsselungsverfahren entwickelt, das die Bild- und Textdaten des Ausweisinhabers zusammen mit einem Sicherheitsmerkmal robust abspeichert. Dritte können so zwar die Daten des Tickets lesen, doch nur eine Person kann sie auch erstellen. Zusätzlich sind auf diese Weise bis zu 650 Zeichen Information offline verschlüsselbar. In Eintrittskarten lassen sich so Mehrwerte, wie Verzehr Gutscheine oder Coupons, integrieren. Und damit eröffnen mobile Tickets neue Möglichkeiten im Mobile Marketing.

Kategorie "Crossmedia Marketing"

Dr. Hans-Peter Kleebinder, BMW Group Mini Deutschland

Person: Die Begeisterung für Autos wurde Hans-Peter Kleebinder quasi in die Wiege gelegt: 1965 wurde er in Ingolstadt geboren. Nach Studium (Wirtschaft, Politik, Marketing) und Promotion begann seine Karriere als Freelancer bei BURDA in München und New York. Später war er beratend für die DIGMAR AG, einem der Schweizer Vorreiter im digitalen Marketing, tätig. Bei der BMW Group arbeitete Kleebinder ab 1992 zunächst in verschiedenen Marketing-Positionen, unter anderem auch als Leiter der "Zukunftswerkstatt eMarketing". Heute ist er hauptverantwortlich für das Marketing von MINI Germany.

Projekt: Der Start der drei neuen MINI-Modelle brachte die Fans

nicht nur technisch in Fahrt. Bei einem Webclip Contest konnten sie zeigen, wie viel MINI in ihnen steckt. Parallel dazu gab es klassische TV-Spots und Anzeigen, denn die gesamte Crossmedia-Kampagne war durch ein mobiles Konvergenzkonzept miteinander vernetzt. Der User konnte z.B. direkt auf einen TV-Spot reagieren, ein Keyword per SMS an eine Kurzwahl senden und so den Link zum MINI Mobil-Portal erhalten. Dort gab es erste Infos zum Webclip Contest und kostenlose Downloads fürs Handy. Das Mobil-Portal wiederum wurde auf einem WAP-Portal beworben; Anzeigen und Advertorials verwiesen auf eine gemeinsame Verlags-Website mit Infos zu MINI und dem Wettbewerb.

Sascha Burghardt, Deutsche Eisenbahn-Reklame GmbH

Person: Sascha Burghardt ist seit August 2006 Manager im Bereich "Digitale Medien" der Ströer Media Deutschland GmbH & Co. KG. Zuvor leitete er diverse Medienprojekte bei der Deutschen Eisenbahn Reklame GmbH (DERG). Er war dort unter anderem für die Entwicklung und Steuerung von Maßnahmen im Bereich "Interaktive Out-of-Home Medien" zuständig. Daneben vermarktete er elektronische Ambient Medien und diverser Websites aus dem Touristik-Bereich.

Projekt: Mobile Marketing funktioniert insbesondere dort, wo Menschen mobil sind. Das interaktive CityLight-Poster (iCLP) bringt deshalb moderne Mobilfunk-Technologie an stark frequentierte Werbestedorte. Interessiert sich der Nutzer für eine per iCLP verbreitete Werbebotschaft, muss er nur die Infrarotschnittstelle an seinem Hand aktivieren und das Telefon auf den leuchtenden MOBILEPOINT richten. Binnen Sekunden wird eine SMS mit einem WAP-Push Link verschickt, der auf die entsprechenden Inhalte (Klingelton-Downloads, Bilder etc.) weiterleitet.

Axel Boesche, Neven Vision GmbH

Person: Mit Handys und Objekterkennung hatte Axel Boesche beruflich zunächst wenig zu tun. Geboren 1973, studierte der Oldenburger BWL an der International School of Management in Dortmund. 1999 begann er als Berater bei KPMG Consulting und Schoen + Company in Düsseldorf, wechselt später jedoch in die Leitung des Bereichs Organisation & Information bei der Bayer AG Leverkusen. Boesch's Einstieg ins Mobile-Geschäft vollzog sich mit Gründung der Snapshopping GmbH & Co. KG, einem Unternehmen, das sich mit der 2D-Code-Erkennung für Fotohandys beschäftigte. Heute ist Axel Boesche Geschäftsführer von Neven Vision Germany.

Projekt: Eine Dose Cola kann man öffnen und austrinken - oder fotografieren. iScout zeigt dem Nutzer via Handy, was hinter der Alu-Fassade noch so steckt. Ein neues, für Fotohandy-Aufnahmen optimiertes Objekterkennungssystem beschreibt dazu die charakteristischen Texturen eines Objektes mit Vektoren und vergleicht sie mit denen in der iScout-Datenbank. Hat ein Hersteller seine Verpackungen oder Werbemotive visuell verlinkt, existiert eine entsprechende Verbindung zu Handy-Inhalten im CMS. Schickt ein Konsument seinen Schnappschuss per MMS an eine bestimmte Kurzwahl, wird das Motiv erkannt und die Antwort als SMS oder MMS zurückgesandt. Alternativ dazu kann ein "iScout-Client" auf dem Handy installiert werden, der als visueller Browser eine direkte Interaktion mit dem Werbemotiv ermöglicht.

Kategorie "Digital Living"

Dr. Andreas Schweinbenz, Netviewer GmbH

Person: Was muss man tun, um zweitbesten deutschen "Entrepreneur des Jahres" 2005 zu werden? Dr. Andreas Schweinbenz (Jahrgang 1967) entschied, zunächst einmal Wirtschaftsmathematik in Ulm zu studieren. Er promovierte am Lehrstuhl für Unternehmensplanung und setzte sein Wissen danach als Unternehmensberater in internationalen Projekten ein. 1997 wechselte er in die Marketing- und Vertriebsleitung der Netpioneer GmbH in Karlsruhe und entwickelte dabei vorwiegend eBusiness-Konzepte für Tourismus, Finanzdienstleistungen und Handel.

Seit Juni 2001 ist Schweinbenz Geschäftsführer der Netviewer GmbH.

Projekt: Ein Dokument auf vielen Desktops - Netviewer ermöglicht die gemeinsame Live-Bearbeitung von Dateien via Internet. Über beliebige Distanzen hinweg schauen sich die Nutzer einfach gegenseitig auf den Bildschirm. Business-Kommunikation kostet oft viel Zeit, Geld und Nerven. Mit Netviewer können Unternehmen diesen Aufwand jetzt minimieren, indem sie multimedial live interagieren. Im Rahmen einer Telefonkonferenz werden Dokumente via Intra- bzw. Internet gemeinsam auf den Rechnern der Teilnehmer angeschaut oder bearbeitet. Die Anbindung an Outlook, Chat, File-Transfer sowie einen Back-Monitor erleichtert dabei die Abstimmung des virtuellen Teams. Neben Varianten für Desktop-Sharing und Web-Conferencing existiert die Software auch als Remote-Version. Sie ermöglicht den schnellen Zugriff auf PCs und Server außerhalb der firmeneigenen Firewall. Für die notwendige Sicherheit dabei sorgt unter anderem eine 128-Bit-Verschlüsselung sowie die zufällige Vergabe von Session-Nummern für den Verbindungsaufbau.

Dr. Marcus Garbe, InteracTIV GmbH & Co. KG

Person: Zunächst deutete alles auf eine wissenschaftliche Karriere hin. BWL-Studium, Promotion, Mitarbeiter am ifo Institut für Wirtschaftsforschung München. Doch dann wechselte Marcus Garbe in die Wirtschaft: Zunächst als Produktmanager bei BASF, später als Strategieberater bei Roland Berger & Partner und als Geschäftsführer der argonauten GmbH. Auch die Gründung des Arbeitskreises "Interaktives Fernsehen" beim Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. geht wesentlich auf seine Initiative zurück. Heute leitet Garbe als CEO Managing Partner bei InteracTIV die Bereiche Marketing, Vertrieb und Finanzen.

Projekt: "Und immer an den Hörer denken." - Die Firma InteracTIV hat dieses Credo für Radiotelefone ganz wörtlich genommen. "JOCA" ist das erste interaktive Medienportal für mobile Endgeräte. Es ermöglicht Medienunternehmen und Werbetreibenden, Zielgruppen synchron zum Medienprogramm direkt anzusprechen. Gefällt z.B. einem Radiohörer ein Titel besonders gut, ruft er auf seinem Handy die aktuelle Playlist des Senders ab, ordert den Song als WMA-Datei direkt auf den heimischen PC oder lädt ihn als Klingelton auf sein Handy. Ähnlich funktioniert das Prinzip bei anderen Services (Spiele, Nachschlagen bei Wikipedia.org) und Interaktionsangeboten (Gewinnspiele, Live-Votings, Shoppingmöglichkeiten).

Dr. Frieder Meckbach, MiClip Medien AG

Person: Dr. Friedrich Meckbach hatte beruflich lange Zeit eher wenig mit Technik zu tun. Der promovierte Jurist war zunächst als Rechtsanwalt in Pforzheim tätig. Kurz vor der Deutschen Wiedervereinigung gab er jedoch alle Mandatsverpflichtungen ab. In Brüssel war er dann überwiegend im Vorstand diverser Beteiligungsgesellschaften tätig. Seit 2005 sitzt Meckbach im Vorstand der MiClip Medien AG. Ihm obliegt vor allem die markt- und bereichsübergreifende Umsetzung der Clipgenerator-Technologie. Dazu stellt er entsprechende Teams auf internationaler Ebene zusammen.

Projekt: Das Prinzip ist Filmgeschichte: Werden genügend Bilder pro Sekunde aneinander gereiht, sieht der Betrachter fließende Bewegungsabläufe. Ähnlich funktioniert der "Clipgenerator". Die patentierte Clip-Template-Technologie steuert einen speziellen Webservice und stellt komplexe Video-Render-Dienste bereit. Damit kann der User aus digitalen Einzelbildern professionelle, mit individuellen Botschaften unterlegte Videoclips anfertigen. Auch Übergänge, Effekte sowie die Hintergrundmusik wählt er selbst. Je nach Qualitätsstufe gibt der Clipgenerator dann eine Video-Datei zwischen 2 und 30 MB aus, die von allen gängigen Media-Playern wiedergegeben werden kann. Der Clipgenerator ist derzeit nur online, demnächst aber auch mobil abrufbar.

Kategorie "Telematics & Navigation"

Christian Riesenberger, PTV Planung Transport Verkehr AG

Person: Der Lebensweg von Christian Riesenberger ist eng mit dem Transportwesen verbunden. Nach einem BWL-Studium an der FH Ludwigshafen sammelte er erste Berufserfahrungen als Consultant im Planungsbüro Transport und Verkehr GmbH, Karlsruhe. Im Logistik- und Verkehrsbereich war er danach auch in diversen EU-Forschungsprojekten sowie bei der EU-Kommission beratend tätig. Heute ist Riesenberger Geschäftsführer der Infomobility PTV AG. Seit dem Jahr 2004 leitet er die internationalen Marketing- und Sales-Aktivitäten des Unternehmens im Geschäftsfeld Mobility. Darüber hinaus verantwortet Riesenberger alle internetbasierten Karten-, Routen- und Navigationsaktivitäten sowie Marketing und Kommunikation im Mobility-Bereich.

Projekt: Zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein - nicht selten entscheidet das gerade im Geschäftsleben über Erfolg oder Niederlage. Mit PTV RealTimes sind realistische Aussagen über Reise- und Ankunftszeiten von Personen oder Waren kein Problem. Aus einem Pool von Daten leitet die Software mit Hilfe detaillierter Simulationsrechnungen verschiedene Verkehrsbelastungen ab. Aufgrund von empirisch erhobenen Daten (Strukturdaten, Verkehrsverhalten der Bevölkerung etc.) berechnet das System, wie viel Verkehr zu welcher Zeit auf den Straßen unterwegs ist. Abhängig von Wochentag, Tageszeit, Ferienzeiten und Wetterlage lassen sich so unterschiedliche Fahrzeiten ermitteln, die wiederum zu Navigations- und Prognosezwecken nutzbar sind.

Alex Fuhr, Orbit GmbH

Person: Beratung, Projektmanagement, Moderation und Präsentation - das sind die Tätigkeitsschwerpunkte von Alexander Fuhr. Der studierte Soziologe arbeitete zunächst als Projektmitarbeiter am Landesinstitut für den öffentlichen Gesundheitsdienst Nordrhein-Westfalen. Später wechselte Fuhr zur Universität Bielefeld sowie an das Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie in NRW. Bei der Forschungs- und Planungsgesellschaft (Forplan) in Bonn regelte er danach die Aufbau- und Ablauforganisation im Bereich Leitstellentechnik Rettungswesen, Brand- und Katastrophenschutz. Seit Anfang 2005 ist Fuhr bei der ORBIT GmbH unter anderem für die Konzepterstellung, Prozessanalyse und -optimierung innerhalb von ORBIT Mobile Solutions verantwortlich.

Projekt: Die mobile Erweiterung von Unternehmensanwendungen scheiterte bisher oft an inkompatiblen Hard- und Softwarelösungen. ORBIT Mobile Solutions (OMS) beugt solchen Medienbrüchen vor. Das Portfolio aus modularen Lösungsbausteinen verbindet bestehende Datenbankstrukturen von Unternehmen online mit den mobilen Endgeräten seiner Mitarbeiter - und umgekehrt. Die technische Infrastruktur der Firmen wird dabei durch wenige Komponenten erweitert. Per Framework, Datenübertragung via GPRS und mit BlackBerry-Endgeräten können die Mitarbeiter so auch außerhalb der Firma auf deren Netzwerk zugreifen. Z.B. in der ambulanten Pflege, im Außendienst, im Service-, Support- oder Logistik-Bereich.

André Jurleit, GPSoverIP GmbH

Person: Geboren 1970 in Schweinfurt, absolvierte André Jurleit zunächst eine Ausbildung als Ingenieur für Netzwerktechnik. Heute ist er Inhaber zweier Firmen: der Netzwerk GmbH (seit 1996) sowie der GPSoverIP GmbH (seit 2004).

Projekt: Ein Stadtplan trägt sich leichter als ein ganzer Atlas. Ähnlich ist es bei digitalen Geokoordinaten: Je größer die Datenpakete, desto länger dauert es, sie von A nach B zu senden. GPSoverIP beschleunigt diesen Vorgang: Das Internetprotokoll reglementiert Verfahren zum Austausch von Positionskoordinaten, indem es die dafür notwendigen Daten zerlegt und komprimiert. Damit kann die Ortung im Sekundentakt bis auf wenige Meter genau erfolgen - was wiederum die Übertragungskosten reduziert. Um diese Technologie für weitere Anwendungen zu öffnen und als Standard zu etablieren, verfügt

GPSoverIP über frei zugängliche Open-Source-Schnittstellen. Dort können Programmierer ihre eigene funktionspezifische Software schreiben.

Pressekontakt:

Ansprechpartnerin für die Redaktion:

Gabriele Dörries

Tel. 0511 / 89-3 10 14

E-Mail: Gabriele.Doerries@messe.de

Weitere Pressetexte und Fotos finden Sie unter:

www.cebit.de/presseservice.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100517485> abgerufen werden.