

Die Ottakringer Brauerei war Schauplatz für ein neues internationales Event-Format – eine Plattform für die heimische Digital- und Start-up-Szene

# SIME Vienna 2011 – für Kapuzenpullis und Anzüge



Unter <http://www.youtube.com/watch?v=B4fw51HunH0> steht eine interessante Zusammenfassung der digital conference.

© Youtube (2)

SIME-Co-Founder Ola Ahlvarsson führte mit Humor und entspannter Gelassenheit durch den Tag – hier mit Ulf Ekberg, Ace of Base.

© Sime

1.200 Gäste aus 14 Nationen und 28 internationale Speaker. Das ist die Bilanz der ersten SIME-Konferenz in Wien, die am 28. April in der Ottakringer Brauerei stattfand – unter dem Motto „brewing the digital century“, passend zur Location. Martin W. Drexler und Ex-DLD-Producer Rupert Schäfer vollbrachten die Pionierarbeit, das skandinavische Event-Format erstmalig nach Österreich zu

bringen – SIME steht für Scandinavian Interactive Media Event und fand bisher in Stockholm, Helsinki, Amsterdam und Barcelona statt. „Jede SIME ist für die Themen des Landes maßgeschneidert“, erklärt Project Director Drexler, „stand in Helsinki oder Barcelona das Thema Mobile im Vordergrund, sollte die erste österreichische SIME vor allem dem digitalen Business heimischer Start-ups eine Bühne bieten.“ Österreich verfüge über eine „lebendige Szene mit hervorragenden Ideen und technologische Fähigkeiten, die bisher leider im internationalen Rahmen nicht reüssieren konnten“, bedauert der Organisator. Das soll die SIME ändern: Ideen, Experten, Unternehmertum und Investoren zusammenzubringen. Das Selbstbewusstsein der Start-ups stärken. Das Digital Business im Land fördern.

Etiketten im Keim erstickte. Chillige Zigeuner-Straßenmusikanten empfangen die Gäste beim Eingang, goldenes Bier mit erdigem Erdäpfelgulasch für den Magen und Würstelduft in der Luft vermittelten eher Festivallaune als steriles Konferenzfeeling. Goldbehängte, aufgetakelte Pfaue und ähnliche Eitelkeiten waren nirgends zu sehen. Dafür eine recht junge, kreative und wissenshungrige Community, die ganz offensichtlich Lust an Inspiring & Sharing auf Augenhöhe hatte, statt ergrauten Medienbossen in grauen Anzügen und deren Selbstgefälligkeit gelangweilt Beifall zu zollen. Das Podium war zum Großteil international besetzt, Konferenzsprache hartnäckig Englisch – auch wenn Österreicher und Deutsche auf der Bühne vor überwiegend deutschsprachigem Publikum sprachen. Dennoch: Humor, Entspannung und Lockerheit war zu jeder Zeit präsent. Und ein Mindset geprägt von dem Willen, auch seine Learnings zu teilen, statt nur die eigenen Heldentaten zu präsentieren.

nahm nicht nur die gesamte Moderation der Konferenz, sondern brachte das Publikum mit einem „Digital Overview“ zu Beginn in die richtige Schwingung. Ralf Hirt von Glam Media und Heiko Hebig vom Media Innovation Lab bei Hubert Burda gaben einen interessanten Überblick über die Transformation in der Media-Landschaft. Nachhaltigen Beifall bekam auch Assif Biderman vom MIT mit seinen Visualisierungssystemen digitaler Städte, bei denen es um die Verknüpfungsmöglichkeiten digitaler Daten geht, um einen Mehrwert für eine Stadt zu bieten. Ebenfalls Klasse der Vortrag von David Rowan, Redakteur von *Wired* UK – ein Plädoyer für die Fehler-Kultur in Unternehmen. Sehr inspirierend. Und schließlich Ex-Hacker Pablos Holman, er zeigte Ergebnisse aus seinem Thinktank, wie Technologie besser zum Nutzen des Menschen eingesetzt werden kann, Stichwort: Malariafliegen-Flügel-schlag-Erkennungslaser statt Tonnen von Pestiziden.

gelungener Schritt, Wien auch auf internationalem Parkett als Innovationsstandort nachhaltig zu präsentieren“ (Markus Rumler, Creatix), „Es ist toll, in Wien endlich die Stimmung wie im Silicon Valley erleben zu können und zu wissen, dass aus unserem Land großartige Ideen in die Welt gehen“ (Daniel Mattes, Jumio), „Ein pulsierender Melting Pot kreativer Energie“ (Roman Padiwy, Creativity). Dass zeitweise organisatorisches Chaos in Sachen Raumeinteilung herrschte, ein Großteil ohne Sitzplatz ausharren musste und weder WLAN noch Mobilnetz funktionierten, fällt vermutlich unter Kinderkrankheit.

„SIME Vienna schaffte es, die Old Industry mit der neuen zusammenzubringen, Kapuzenpullis mit Anzügen, Offline mit Online“, erklärt Rupert Schäfer. Speaker, Partner und Gäste haben schon ihr Interesse an einer SIME Vienna 2012 urgiert, heißt es – wahrscheinlich gepaart mit einer „SIME Vienna Non-Profit“, damit auch digital engagierte NGOs von speziellen Best-Practices profitieren können.

Ach ja, und auch die SIME folgte dem Vorbild der DLD von Burda – es galt „Invitation only“.

dodo



Martin W. Drexler brachte zusammen mit Rupert Schäfer das SIME-Format erstmalig nach Österreich – und spekuliert bereits auf eine SIME 2012.

### Zigeuner statt Pfaue

Das Ergebnis war ein für österreichische Verhältnisse wirklich neuartiges und recht cooles Eventformat. Die Räumlichkeiten der alten Brauerei boten jenen, für Konferenzen ungewöhnlichen, stylischen Rahmen, der die üblichen Steifigkeiten und umständlichen

### Von Fehlern und Malariafliegen

Die Highlights der Speaker: Ola Ahlvarsson, Chairman der SIME, über-

## Below the Line

### Let's have a party!

Ich habe meinen Vorsatz gebrochen und es wieder getan. Nach dem letzten Mal hab ich mir geschworen: nie wieder! Nein, so was tust du dir nicht noch mal an. Die Lebensuhr tickt, und das jedes Jahr ein bisschen lauter. Zeit ist kostbar.

Wir erinnern uns: Meine Konsequenz fällt schon bei einem Aperol Sprizz, der unter 3,60 zu haben ist, in sich zusammen wie mein letzter Versuch eines Aufbaus.

Ich bin dann doch noch hingegangen. Auf ein Werber-Fest. Veranstaltungen der oder für die Werbebranche. Beides ähnlich seltsam. In jedem Falle aber: Das Klischee lebt!

Da haben wir zunächst die jungen Werber, die sich zumeist und konsequent dem Dresscode widersetzen und partout kein Sakko und keine schönen Schuhe tragen wollen. Dresscode-Sabotage als letzte Manifestation jugendlicher Rebellion? In der Tat: Junge Menschen waren schon mal subversiver.

Sage nicht ich, weiß der *Spiegel* zu berichten. Und wenn es der nicht weiß, wer dann?

Das neue Biedermeier. Brav sein, schön angezogen sein, die richtigen Leute kennen und die Karriere fest im Blick: Und schon wird man was, zum Beispiel Regierungsmitglied mit 24.

Kurz und gut – dann haben wir noch die wunderbare Welt des Werber-Smalltalks:

„Hallo!“ ... fester Händedruck, während des Handgebens wandert der Blick schon im Raum umher, um das nächste Opfer auszumachen.

„Wie geht's dir denn?“ ... Danach folgt wie das Amen im Gebet: „Wo bist denn du jetzt?“ Zumeist ist hier die Agentur gemeint, die in der Regel alle 18 Monate gewechselt wird, beziehungsweise gewechselt werden sollte. Passiert das nicht, macht man sich höchst verdächtig. Der Begriff „Werbebeamter“ schwebt dann unweigerlich über der betreffenden Person.

„Bei X und Partner. Ich sag dir, super! Und du?“

„Bei Y und Co. Ganz feine Arbeitsbedingungen, und die wollen jetzt richtig durchstarten, richtig mit kreativem Anspruch, die rollen das Feld jetzt von hinten auf...“ Die Ausschmückungen dauern in der Regel so lange bis:

A) ein neuer Gesprächspartner aufgefunden gemacht wurde, den man an seinem neuen Glück mitnaschen lassen möchte (ob er will oder nicht),

oder

B) man den Schmonzes, den man von sich gibt, endlich selber glaubt.

Da aber eigentlich eh schon jeder in jeder Agentur war (gut, das ist jetzt ein wenig übertrieben, aber auch nicht ganz falsch), ist die Erkenntnis folgende:

Es ist überall ähnlich mühsam, lustig, spannend. Das will nur keiner hören.

Sie ist eben nicht besonders sexy, die Wahrheit.

Meint Eure Below the Line



Saab 9-5 Vector  
ab € 33.900,-  
Navigationssystem und Ledersitze serienmäßig!

**SAAB**

Symbolfoto.  
Saab 9-5 Limousine.  
Kraftstoffverbr. komb.:  
5,3 l/100 km – 10,6 l/100  
km, CO<sub>2</sub>-Emission komb.:  
139 g/km – 244 g/km

**SAAB WIEN OBERLAA**  
Oberlaaer Str. 230, 1100 Wien  
Hr. Michael Moestl  
Tel. 01/0689 5830-30  
[www.saabwienoberlaa.at](http://www.saabwienoberlaa.at)