

24.07.2014 - 09:49 Uhr

DLDwomen 2014: Relevant sein!

München (ots/PRNewswire) -

- Fünfte Ausgabe der Konferenz versammelt ca. 500 Gäste im Haus der Kunst in München
- Weibliche Vordenker, Vorstandsmitglieder und die digitale Elite diskutieren Zukunftsthemen

Zum fünften Mal ging heute die DLDwomen-Konferenz, die dieses Jahr unter dem Motto "Relevance!" stand, zu Ende. DLDwomen blickte an zwei Tagen aus weiblicher Perspektive auf Digitalität und wie sie Leben und Gesellschaft verändert. Neben spannenden Diskussionen prägten praktische Anleitungen in über 15 Workshops die diesjährige Konferenz.

(Photo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20140723/697920>)

"Unser Konzept, der Konferenz durch Workshops und businessrelevante Themen einen noch höheren Praxisbezug zu geben, ist voll aufgegangen. Der Andrang war gross, die Plätze der Workshops sofort ausgebucht. Das Thema Coding war sogar so gefragt, dass wir zwei zusätzliche Termine angeboten haben", so das Zwischenfazit von Konferenzorganisatorin Steffi Czerny.

Und es wäre nicht DLD ohne Überraschungen: Ilse Aigner (CSU), als Staatsministerin in Bayern für Technologie zuständig, betrat am Mittag des zweiten Konferenztages unangekündigt die DLDwomen-Bühne. Sie verspricht: Bayern soll digitaler werden.

Weitere Themen, die bei DLDwomen 2014 diskutiert wurden:

Leadership

John Gerosa, Sales-Direktor von Google Deutschland und Ana-Cristina Grohnert von Ernst & Young sprachen zusammen mit Professorin Isabell Welpé von der TU München darüber, wie Manager in Zukunft führen. Wichtigster Punkt: Inklusion - vor allem von Frauen. "Gemischte Teams liefern einfach bessere Arbeit ab", erklärte Gerosa. Grohnerts Geheimrezept: "Verstehen, wie die Mitarbeiter denken und fühlen, erst das hat mich dahin gebracht, wo ich jetzt stehe."

Coding

Müssen wir in Zukunft alle lernen zu programmieren? Zumindest sollten wir das, sagten die Teilnehmerinnen des Panels "It's all about coding" - Jocelyn Leavitt, Rachel Swidenbank und Kristen Titus moderiert von Susann Remke, Büroleiterin von Burda in New York und Focus-Auslandskorrespondentin. Was bringt es mir, wenn ich Programmieren kann? Darauf hatte Rachel Swidenbank von Codecademy eine simple Antwort: "Programmieren wird immer mehr zur Schlüsselqualifikation." Sie berichtete von einem Firmenkunden, der sein Gehalt dank seiner neuen Fertigkeiten verdoppelte.

Unternehmertum / Arbeitsplatz der Zukunft

"Viele Menschen gründen kein Unternehmen, weil sie Angst haben, dass sie dort nicht wieder raus kommen", sagte Ann-Kristin Achleitner, Finanzprofessorin an der TU München. "Wir hinken dem Silicon Valley hinterher." Und Antonella Mei-Pochtler von der Boston Consulting Group betonte: "Unternehmensgründer müssen Fehler machen dürfen. Das müssen wir schon früh unseren Kindern beibringen." Glaubt man Jaleh Bisharat, neigt sich das Pendler-Zeitalter dem Ende zu. Sie arbeitet für die Job-Plattform Elance-oDesk, die Arbeitskräfte rund um den Globus vermittelt. Ihre Vision: Arbeit wird in Zukunft nicht mehr an einen Ort gebunden sein. Digitale Arbeit lässt sich überall erledigen, wo es Internet gibt.

Branding / E-Commerce

"Wir leben zwar im digitalen Zeitalter", sagte Stephanie Phair, die einer digitalen Modeplattform vorsteht. Trotzdem hat ihr Unternehmen gerade ein Magazin auf den Markt gebracht. Sie ist überzeugt, dass ihre Kunden auch in Zukunft das Gedruckte mögen. Miroslava Duma ist eine der ersten Modebloggerinnen, die es geschafft hat, Geld mit ihrem Blog zu verdienen. "Wir waren in Russland die erste Plattform, die Werbung an grosse Marken wie Armani, Adidas und Co. verkauft hat. Viele Menschen sind regelrecht hungrig nach neuer Mode. Die Marken haben begriffen, dass sie diesen Hunger auf Blogs stillen können und das kam uns zu Gute." Sowohl Duma als auch Margherita Missoni vom gleichnamigen Modelabel gaben zu: "Wir lassen die Menschen nur glauben, dass wir ihnen in sozialen Medien wie Facebook oder Instagram unsere Welt zeigen. Eigentlich bestimmen wir aber genau, wie wir uns dort präsentieren."

Mobilität

Hildegard Wortmann, Design-Chefin bei BMW, brachte Autos der neuen Elektro-Reihe "i" mit. BMW hat die Autowelt mit diesen Modellen lange auf die Folter gespannt. Zwei Jahre mussten die Kunden warten. "Wir hatten schon 1,3 Millionen Fans auf Facebook, bevor irgendjemand je einen i3 oder i8 gesehen hat", sagte Wortmann, "Tesla hat Elektromobilität sexy gemacht." Dennoch: Es sei ein Unterschied, ob man ein paar tausend Autos verkaufe oder hunderttausend Autos.

HR / Weiterbildung

Gabriele Zedlmayer vom Computerkonzern HP erklärte, was junge Menschen in Zukunft für eine Karriere mitbringen müssen: "Zukunftsorientierte Unternehmen schauen nicht mehr auf den Uni-Abschluss, sie schauen auf das Wissen der Menschen." Die Digitalisierung werde auch die Ausbildung beeinflussen. "Tablets sind bald fester Bestandteil des Schulunterrichts", sagte Cornelia Quennet-Thielen, Staatssekretärin im Bildungsministerium. Doch damit das funktioniert, "brauchen wir in Europa professionelle Lehrer, die mit digitalisiertem Unterricht umgehen können."

Weitere Informationen zum Programm und den Speakern von DLDwomen 2014 finden Sie unter <http://dld-conference.com/DLDwomen14>.

Bildmaterial zur Konferenz steht Ihnen unter <http://www.flickr.com/photos/hubertburdamedia> zur Verfügung. Ein Film über DLDwomen 2014 ist hier zu finden: <http://youtu.be/APsKFGsYFbc>

Hintergrund:

Frauen bestimmen über zwei Drittel aller Kaufentscheidungen, prägen zunehmend die digitale Kommunikation und verfügen über Fähigkeiten, die in der digitalen Ökonomie unverzichtbar sind - Frauen zu verstehen und ihre Möglichkeiten zu nutzen, ist für Unternehmen und Marken hoch relevant. Mit DLDwomen hat Hubert Burda Media darum eine journalistische Conferencing-Plattform geschaffen, die in offener und kreativer Atmosphäre die Rolle der Frauen im digitalen Zeitalter, den Wandel der Märkte sowie die gesellschaftliche Veränderung aus weiblicher Perspektive diskutiert.

DLD ist die internationale Konferenz- und Innovationsplattform von Hubert Burda Media. DLD Media veranstaltet Europas führende Digitalkonferenz DLD und DLDwomen sowie internationale Network-Events wie etwa in Palo Alto, New York, London, Tel Aviv, Istanbul, Rio de Janeiro und Peking. Zu den Konferenzinhalten produziert DLD media Publikationen, Online- und Videoformate, Studien und berät DLD-Partnerunternehmen, Start-Ups, Investoren und Institutionen. Geschäftsführerin ist Stephanie Czerny, die 2005 die DLD Conference mitgegründet hat.

Weitere Informationen

Dorothee Stommel
Burda Media
Corporate Communications
Arabellastrasse 23
81925 München
Tel.: +49-89-9250-2065
Email: dldpress@burda.com

Photo:
<http://photos.prnewswire.com/prnh/20140723/697920>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004538/100759325> abgerufen werden.