

zählen?

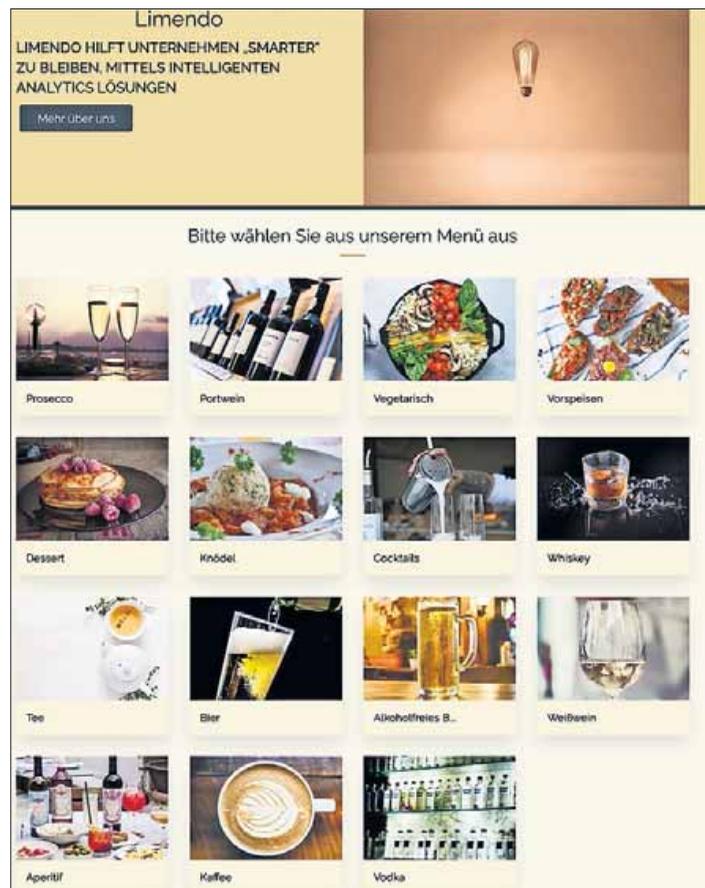
Lösch: Laut Planung rechnen wir mit rund 200 in Südtirol, Österreich, Deutschland und der Schweiz. Viel Potenzial sehen wir auch in Skandinavien.

„WIKU“: Wie funktioniert das Geschäftsmodell von Limendo?

Lösch: Limendo funktioniert als „Software as a Service“, das heißt, die Anwendung wird übers Internet gegen eine Lizenzgebühr für die Dauer des Nutzungsvertrags angeboten.

„WIKU“: Blicken wir zum Abschluss in die Zukunft: Wie kann eine Weiterentwicklung von Limendo aussehen?

Lösch: Mein großes Ziel ist es, aus der digitalen Speisekarte eine smarte Speisekarte zu machen. Ein Beispiel: Die Speisekarte zeigt dann bei sonnigem und heißem Wetter an oberster Stelle Speisen und Getränke an, die dazu passen, etwa Eisbecher. Dies geschieht über eine intelligente Verknüpfung mit Wetterdaten. Die Liste der denkbaren Erweiterungen ist sehr lang.

„WIKU“: „Limendo wird zum

Ein Blick auf die Oberfläche der Limendo-Speisekarte.

Limendo

ZUR PERSON

Hannes Lösch ist Gründer von Limendo, einem Technologie- und Beratungsunternehmen mit Sitz im NOI Techpark in Bozen. Vorher war Lösch Unternehmensberater bei A.T. Kearney in Zürich mit Fokus auf Unternehmensstrategien. Zudem hat er mehrere Jahre Industrieerfahrung bei den Unternehmen Schweitzer und Michaeler & Partner in Südtirol gesammelt. Mit Limendo entwickelt der Jungunternehmer Prozess- und Produktinnovationen. Er arbeitet aktuell daran, mit dem smarten, digitalen Speisekarten-System Limendo Menu, Bestellungen in Hotels und der Gastronomie zu vereinfachen. ©

Standard in Mc Donalds-Filialen“ – was würden Sie von einer solchen Schlagzeile halten?

Lösch: Klar, das wäre schon großartig. Aber das ist noch ein sehr langer Weg.

Interview: Rainer Hillpold

© Alle Rechte vorbehalten

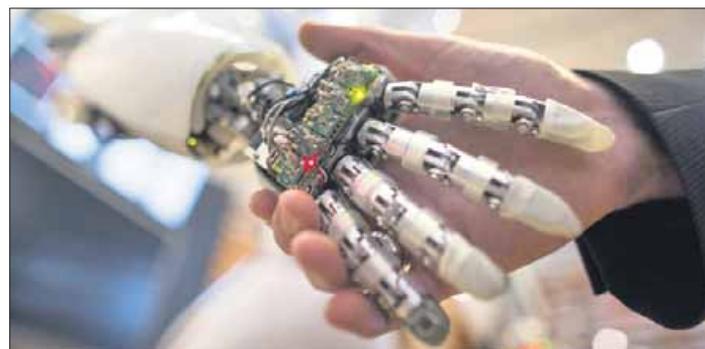
KI: Chance für Wirtschaft und Gesellschaft?

PLATTFORM: Südtirol Online Marketing lädt zum „Digital Business Trends – Südtirol“-Event am 11. April

Die schlechte Nachricht zuerst: Wir werden auch in Zukunft arbeiten müssen. Wird sich die Arbeit aber verändern? Klar, langweilige Routinetätigkeit verschwindet. Künstliche Intelligenz (KI) verwandelt die Erfahrung eines Unternehmens in effiziente Prozesse, damit sich die Mitarbeiter auf das Wesentliche konzentrieren können: auf Kundenbeziehung und Innovation. Und das ist die gute Nachricht.

Wie ändern sich Gesellschaft und Wirtschaft durch Algorithmen und maschinelles Lernen? Welche Branchen müssen beim Thema Künstliche Intelligenz besonders rasch handeln? Dies sind die Fragen, die der Innsbrucker IT-Spezialist Christoph Holz, Informatiker und Preisträger des Innovationspreises des Landes Tirol, im Rahmen der dritten „Digital Business Trends – Südtirol“ am 11. April in der Rotationshalle des Medienhauses Athesia in Bozen beantworten wird (ab 18.30 Uhr).

Christoph Holz, Jahrgang 1966, studierte nach seiner Ingenieur- ausbildung im Maschinenbau Informatik und Raumfahrttechnik an der TU München. Anschließend stand er am Münchner For-



Hand in Hand? Künstliche Intelligenz verändert Gesellschaft und Wirtschaft. Wie, darum geht es bei den „Digital Business Trends – Südtirol“ am 11. April 2019.

APA (AFP)

schungsinstitut für angewandte Softwaretechnologie unter anderem für BMW und die WHO im Einsatz. Mit der Gründung von Österreichs erster Internet-Agentur „holzweg“ mit Kunden wie Swarovski, Red Bull, Thyssen oder VOEST gelang ihm der Sprung in die Selbstständigkeit. Als FH-Lektor und gerichtlich beeideter Sachverständiger für Softwaretechnik und E-Commerce bleibt Holz am Ball wissenschaftlicher und gesetzlicher Entwicklungen. 2014 führte sein Start-up-Unternehmen „visalyze“ Holz für mehrere Monate ins Silicon Valley und

in die Firmenzentralen von Oracle und der Coca Cola Company sowie ins Finale des Staatspreises „Digital Solutions“. Als Speaker und Moderator stand der Nordtiroler auf „Cebit“ und „TEDx“ sowie bei Google in Kalifornien im Einsatz. Und als Business Angel investiert er in Co-Living, künstliche Intelligenz und Blockchain Start-ups. Der breiteren Öffentlichkeit ist Christoph Holz außerdem als TV-Experte bei SAT1, Welt und CNBC bekannt.

Die DBT, von Austria Presse Agentur (APA) und styria digital one initiiert, ist eine Community

Keynotespeaker
Christoph
Holz

der digitalen Kommunikations-, IT- und Medienbranche. Seit 2017 findet eine Veranstaltung dieser Reihe auch außerhalb Österreichs, und zwar in Bozen, statt. Gastgeber und Veranstalter der „Digital Business Trends – Südtirol“ ist die Werbeagentur Südtirol Online Marketing des Medienhauses Athesia, die sich in Südtirol als Vorreiter im Bereich digitale Trends positioniert hat. Dem Referat von Christoph Holz folgt eine Podiumsdiskussion sowie ein Get-together. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos. Da die Anzahl der Plätze allerdings begrenzt ist, wird um Anmeldung gebeten.

© Alle Rechte vorbehalten

@ Anmeldungen unter:
www.suedtirolonline.com/dbt