



© Moni Fellner

Der digitale Spirit

Für drei Tage versammelt demnächst die Pro7-Gruppe wieder die Innovatoren unserer Zeit beim 4Gamechangers 2019.

••• Von Dinko Fejzuli

Vom 9. bis zum 11. April ist es so weit: Unter dem Motto „Europe meets Asia“ steigt das heurige 4Gamechangers Festival der Pro7-Gruppe in der Marxerhalle Wien und damit gibt es wieder drei Tage voller Zukunfts-Topics, Inspiration, Networking und Entertainment.

Wir baten nicht nur Michael Stix, Chief Commercial Officer Seven One Media, zum Gespräch, sondern hörten uns auch bei diversen Kooperationspartnern des Events um und fragten nach, welche Vorteile sie für das eige-

nen Unternehmen sehen, diese Art der Präsentationsplattform zu nutzen.

So meint etwa Magdalena Moll, OMV SVP Corporate Communications & Sustainability, auf die Frage, was denn das 4Gamechangers Festival einzigartig und besonders macht: „Das 4Gamechangers Festival bringt Menschen zusammen, die mit Engagement und Kreativität an innovativen Lösungen für die wesentlichen Themen unserer Gegenwart und Zukunft arbeiten.“ Und: „Ich denke, dass der Anspruch der OMV an eine ‚Energie für ein besseres Leben‘ für die junge Zielgruppe des

4Gamechangers Festivals eine besondere Bedeutung hat. Die OMV leistet in diesem Zusammenhang einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Energieversorgung künftiger Generationen. Energie ist ein Kernthema der Zukunft und damit ein echter Gamechanger“, so Moll.

Vorteile für alle

Und auch Thomas Schaufler, Vorstandsmitglied Erste Bank, streut dem Event, aber auch der Kooperation, Rosen und meint auf die Frage, warum 4Gamechangers besonders gut zur eigenen Brand passt: „Wohlstand wächst, wo Menschen an die

Kraft ihrer Ideen, an ihre Fähigkeiten und an ihre Zukunft glauben. Die Sparkassengruppe feiert heuer unter dem Motto ‚The Future is Yours‘ ihren 200sten Geburtstag. Das bedeutet für uns, die Zukunft zu verwirklichen. Entsprechend wird in den George Labs konsequent an der Zukunft der Finanzdienstleistungen gearbeitet. Genauso sind wir aber überzeugt, dass in einer immer digitaleren Welt die *menschliche* Komponente wieder wichtiger wird. Entsprechend wird weiter investiert – in mehr Zeit, um für die Menschen da sein zu können, in die Ausbildung der Berater und in zeitge-