

## NEUER STUDIENGANG

*Realtime Art & Visual Effects*

PUCH/SALZBURG. Im Oktober startet, vorbehaltlich Genehmigung, der neue englischsprachige Masterstudiengang Realtime Art & Visual Effects an der FH Salzburg. Talente im Bereich Computeranimation können sich aber jetzt schon für die Aufnahme in dem Programm bewerben.

**Kreativität & Technologie**

„Das Curriculum des Masterstudiengangs verbindet Kreativität und Technologie und qualifiziert Absolventen für die Gestaltung vielfältiger visueller Inhalte mit modernsten Methoden. Dies umfasst Bereiche wie die Videospiel- und Filmproduktion sowie innovative Anwendungen in Sektoren wie der Automobilindustrie, Datenvisualisierung und Digital Twins. Die Vortragenden kommen aus internationalen Industrieunternehmen, wie z.B. Trixter, RiseFX Visual Effects, Industrial Light & Magic, Epic Games, Pixomondo, DNEG und Ubisoft“, so die Fachhochschule Salzburg in einer Aussendung.

Voraussetzung für die Bewerbung ist der Abschluss eines facheinschlägigen Bachelorstudiums sowie ein entsprechendes Portfolio mit kreativen Arbeiten. Bewerbungsschluss ist der 15. Mai.

Infos: [www.fh-salzburg.ac.at/rve-master](http://www.fh-salzburg.ac.at/rve-master)



© Neumayr/Masser

# KI & Co: Nur keine Scheu!

Trotz vieler Hürden bringe 2024 dank künstlicher Intelligenz viele Chance, so Jochen Schneeberger.



© willhaben

WIEN. Die vergangenen Jahre haben der Wirtschaft regional, aber auch global einiges abverlangt. Die Tatsache, dass Unternehmen aus Österreich große Teile ihres digitalen Budgets bei internationalen Plattformen investieren, erweist der regionalen Wertschöpfung zusätzlich keinen Gefallen und bringt heimische Anbieter sowie unseren Arbeitsmarkt unter Druck.

**Chancen erkennen**

Dennoch birgt das Jahr 2024, nicht zuletzt aufgrund des beeindruckenden Fortschritts im Umgang mit Daten und Technologien, enorme Potenziale.

Für Jochen Schneeberger, Head of Digital Advertising bei willhaben, sind es vor allem drei Entwicklungen, die die Werbebranche „auf Trab halten werden“, so Schneeberger. Dies sind eine weitere Personalisierung in der Kommunikation, Produktempfehlungen und vor allem Preisfindungen mittels Künstlicher Intelligenz.

„

*Bereits in 2023 sind viele Berührungspunkte rund um künstliche Intelligenz gefallen.*

**Jochen Schneeberger**  
Head of Digital Advertising, willhaben

“

Schneeberger zum letzten Punkt: „Im Jahr 2023 haben wohl die meisten Marketingabteilungen zumindest stichprobenartig getestet, wie sie sich KI-gestützte Tools, allen voran ChatGPT, zunutze machen können. Und so sind bereits vergangenes Jahr viele Berührungspunkte rund um Künstliche Intelligenz gefallen. Heuer werden wir beobachten, dass KI

bei noch mehr werbetreibenden Unternehmen von der ‚Spielerei‘ zu einem essenziellen Bestandteil von Marketingstrategien avanciert. Dabei gibt es zahlreiche Möglichkeiten, um die Effizienz zu steigern und bessere Ergebnisse zu erzielen“, so Jochen Schneeberger

**Kundenprofile zählen**

Er ergänzt: „Sehr spannend und für viele Unternehmen hochrelevant ist dabei die gezielte und personalisierte Werbeauspielung auf Basis von möglichst präzisen Kundenprofilen; die Königsklasse wäre hierbei eine annähernd genaue Vorhersage des Kundenverhaltens.“

Aber: Auch die KI-gestützte, dynamische Preisgestaltung sei, so Schneeberger, eine großartige Innovation. Diese ermöglicht es, den optimalen Wert eines Produkts oder einer Dienstleistung auf Basis von Faktoren wie Nachfrage, Angebot und Wettbewerb festzusetzen beziehungsweise laufend anzupassen. (mab)