



**PRESSEMITTEILUNG**

19. Oktober 2022

## **MEDIENTAGE MÜNCHEN 2022 vom 18. bis 20. Oktober**

Durch die Digitale Dekade ins Metaverse? Ein Gespräch mit Angelika Gifford

### **Deutschland und das Metaverse: Katapult oder Handicap?**

**München** – Hat sich Deutschland digital abhängen lassen? In dem Buch „Die digitale Dekade – Wie wir unsere Wirtschaft transformieren können“, das sie mit 21 weiteren Autor:innen im April 2022 herausgegeben hat, stellt Angelika Gifford Perspektiven Deutschlands für die digitale Transformation vor. Was der US-Konzern Meta zu dieser Entwicklung beitragen kann, das hat Angelika Gifford, die bei Meta als Vice President für die Geschäftsentwicklung von Plattformen wie Facebook, WhatsApp, Instagram und Messenger sowie Reality Labs in Europa, dem Nahen Osten sowie des afrikanischen Kontinents verantwortlich ist, mit dem Chefreporter des Medienmagazins DWDL.de, Torsten Zarges, bei den MEDIENTAGEN MÜNCHEN besprochen.

Die Corona-Krise habe deutlich gezeigt, dass Deutschland zu wenig in seine Digitalisierung investiert habe. Deutsche Unternehmen hätten zwar klar ihre digitalen Defizite identifiziert. Leider behindere die deutsche Bürokratie jedoch oft die Umsetzung wichtiger Innovationen. Angelika Gifford kritisierte, dass deutsche Unternehmen häufig nicht agil genug handelten und ihre Fortschritte zudem für sich behielten. Führungsstrukturen müssten weiter demokratisiert werden. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft agierten häufig getrennt voneinander. Nach dem Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI: Digital Economy and Society Index) nimmt Deutschland 2022 den 13. Rang unter den 27 Mitgliedstaaten der EU ein. Die Europäische Union verkündete mit dem Ausrufen der Digitalen Dekade im März 2021 unter anderem als Ziel, dass neunzig Prozent der kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) zumindest ein Basisniveau an digitaler Intensität erreichen.

Angelika Gifford verwies aber auch auf Verbesserungen im Gesundheitssystem durch technologischen Fortschritt oder auf digitale Bildungsprojekte an Schulen. Gifford hob den Wert der digitaler Plattformen wie Facebook und Instagram für kleine und mittlere Unternehmen hervor, die während der Corona-Lockdowns ohne digitale Vertriebsmöglichkeiten ihre wirtschaftliche Grundlage verloren hätten.

Befürchtungen, dass der US-Konzern Meta mit dem geplanten Metaverse auf seine Zukunft wette und diesen digitalen Raum monopolistisch besetze, stellte Gifford leidenschaftlich die Vision eines Metaverse entgegen, das demokratisch und divers angelegt sei. Zudem arbeite Meta nicht alleine an der Ausgestaltung des Metaverse. Etwa mit dem deutschen Ministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur diskutiere Meta konstruktiv über eine demokratische Struktur des virtuellen Universums.

Gifford hob drei strategische Partnerschaften besonders hervor: Microsoft werde seine kollaborative Plattform Teams, seine Office Suite und Xbox Cloud-Gaming ins Metaverse einbringen, das Medienunternehmen NBC Universal wolle Meta für Unterhaltungsprogramme und Produktionen von Blumhouse, Dreamworks und anderen Studios nutzen. Und das internationale Beratungsunternehmen Accenture werde mit VR-Technologie die Kompetenzen seiner Mitarbeiter:innen und Kunden trainieren, kollaborativ arbeiten und neue Talente akquirieren.

Angelika Gifford zeigte sich überzeugt, dass das Metaverse in der kommenden Dekade über eine Milliarde Menschen erreichen könne. VR-Brillen wie die Meta Quest 2 oder das Nachfolgemodell Meta Quest Pro, die das Unternehmen am 11. Oktober auf der firmeneigenen Veranstaltung Connect vorgestellt hat, spielen dabei eine wichtige Rolle. Um das Metaverse aufzubauen, wolle Meta in den kommenden Jahren allein in der Europäischen Union 10.000 neue hochqualifizierte Arbeitsplätze schaffen, kündigte Gifford an.

Meta selbst demokratisiere sich in vielfältiger Weise. Managementposten im Konzern würden zunehmend mit Europäern besetzt, Innovation nicht mehr nur aus der kalifornischen Konzernzentrale angestoßen. „Eat your own dog food and drink your own champagne“: Einmal pro Woche treffe sie sich mit ihrem Team in den sogenannten Horizon Workrooms, digitalen Arbeitsräumen im Metaverse. Eine dreiviertel Stunde VR-Brillen zu tragen, sei doch noch ein wenig gewöhnungsbedürftig, gab Angelika Gifford zu.