

EXPERIENCE ECONOMY CIRCLE AUSTRIA

DEKLARATION

**Für eine menschenzentrierte Innovations-, Wirtschafts- und
Standortpolitik**

Nicht Experience ist neu.

*Neu ist die technologische Umwelt, in der wirtschaftliche und gesellschaftliche
Erfahrungen entstehen.*

Fassung 2026

Präambel

Warum Österreich jetzt eine Experience-Strategie braucht

Österreich steht nicht am Beginn einer völlig neuen Idee der Menschenzentrierung. Im Gegenteil: Die Geschichte wirtschaftlicher und technologischer Entwicklung ist zugleich eine Geschichte der gesellschaftlichen Gestaltung dieser Entwicklung. Nach früheren industriellen Umbrüchen entstanden neue Formen der sozialen Organisation, der Mitbestimmung, der Bildung, der Arbeitsgestaltung und der öffentlichen Daseinsvorsorge. Auch Kundenorientierung, Servicequalität, Ergonomie, User Experience und Human-Centered Design haben lange Traditionen.

Die zentrale These dieser Deklaration lautet deshalb nicht, dass menschliche Erfahrung erst im 21. Jahrhundert wirtschaftlich relevant geworden sei. Neu sind vielmehr Reichweite, Geschwindigkeit und Struktur der technologischen Transformation. Software wird zur Infrastruktur wirtschaftlicher Interaktion. Digitale Plattformen verbinden globale Märkte. Daten prägen Entscheidungen. Künstliche Intelligenz übernimmt Aufgaben, erzeugt Inhalte, unterstützt Entscheidungen und verändert die Arbeitsteilung zwischen Mensch und Maschine. Organisationen werden vernetzter, virtueller und in vielen Bereichen autonomer.

Damit wächst die Bedeutung einer Fähigkeit, die in unterschiedlichen Formen schon lange existiert, heute aber systematisch aufgebaut werden muss: die Fähigkeit, Technologie, Organisation und menschliche Bedürfnisse so miteinander zu verbinden, dass daraus tatsächlicher Nutzen entsteht.

Experience bezeichnet in dieser Deklaration die Qualität der Interaktion von Menschen mit Produkten, Dienstleistungen, Technologien, Organisationen, Arbeitswelten, Institutionen und Orten. Sie umfasst funktionale, emotionale, soziale und kulturelle Dimensionen. Sie kann positiv oder negativ sein. Sie ist kein Synonym für Unterhaltung, Inszenierung oder Marketing.

Preis, Produktqualität, technologische Leistungsfähigkeit, Produktivität und Effizienz bleiben zentrale Faktoren wirtschaftlichen Erfolgs. Experience ersetzt diese Faktoren nicht. Sie beeinflusst jedoch zunehmend, ob ihre Leistung beim Menschen tatsächlich ankommt: ob ein Produkt verstanden und genutzt wird, eine Software Arbeit erleichtert oder erschwert, eine Technologie angenommen wird, ein Service Vertrauen erzeugt und eine Innovation Wirkung entfaltet.

Österreich verfügt für diese Aufgabe über besondere Voraussetzungen: industrielle Kompetenz, hoch spezialisierte Unternehmen, Handwerk, Forschung und Entwicklung, eine starke Dienstleistungswirtschaft, Tourismus und Kultur, funktionierende Institutionen, Sozialpartnerschaft und hohe Lebensqualität. Diese Stärken sollen nicht unter einem neuen Schlagwort ersetzt, sondern durch eine gemeinsame menschenzentrierte Perspektive verbunden werden.

Die Experience Economy ist daher in dieser Deklaration keine Behauptung einer neuen Wirtschaftsepoche. Sie ist ein strategischer Bezugsrahmen für eine software-, daten- und KI-geprägte Wirtschaft und Gesellschaft.

Teil I - Die menschenzentrierte Transformation

Kapitel 1: Was sich tatsächlich verändert hat

Die Weltwirtschaft befindet sich in einer Phase tiefgreifender technologischer und organisatorischer Veränderung. Digitalisierung, globale Vernetzung, Automatisierung und künstliche Intelligenz verändern nicht nur Produkte und Produktionsprozesse, sondern auch die Art, wie Menschen mit Unternehmen und Institutionen interagieren.

Die Dienstleistungsgesellschaft hat Customer Journey, Servicequalität und Kundenorientierung bereits lange vor der heutigen KI-Welle zu wichtigen Managementthemen gemacht. Im Tourismus, in Kultur, Handel, Finanzdienstleistungen und öffentlicher Verwaltung war die Qualität von Interaktionen schon immer relevant. Auch industrielle Unternehmen differenzieren sich seit Jahrzehnten durch Beratung, Service, Zuverlässigkeit und langfristige Beziehungen.

Was sich heute verändert, sind vor allem vier Rahmenbedingungen:

1. Software wird zur zentralen Schnittstelle. Kundenportale, Apps, Self-Service-Systeme, industrielle Bedienoberflächen, ERP-Systeme und digitale Behördenservices prägen immer mehr Interaktionen.
2. Künstliche Intelligenz verändert die Arbeitsteilung zwischen Mensch und Maschine. Damit entstehen neue Anforderungen an Transparenz, Kontrolle, Verantwortung, Datenqualität und Vertrauen.
3. Globale Märkte und Plattformen erhöhen Vergleichbarkeit. Preis, Qualität und technologische Leistungsfähigkeit bleiben entscheidend; zugleich werden Nutzung, Service und Integration dort wichtiger, wo Angebote technisch vergleichbarer werden.
4. Die Komplexität von Organisationen und Wertschöpfungsnetzen steigt. Die Aufgabe besteht nicht darin, reale Komplexität zu leugnen, sondern sie für Menschen beherrschbar zu machen.

Experience Design reduziert daher nicht die Komplexität der Welt, sondern die für Menschen wahrnehmbare und zu bewältigende Komplexität.

Kapitel 2: Von Industrie 4.0 zur menschenzentrierten Transformation

Industrie 4.0 hat die Vernetzung von Maschinen, Daten, Produkten und Wertschöpfungsketten vorangetrieben. Diese Entwicklung bleibt eine zentrale Grundlage industrieller Wettbewerbsfähigkeit. Industry 5.0 erweitert die Perspektive insbesondere um Human Centricity, Nachhaltigkeit und Resilienz.

Experience Economy und Industry 5.0 sind dabei nicht gleichzusetzen. Industry 5.0 ist ein industriepolitischer Bezugsrahmen. Die Experience-Perspektive ergänzt ihn um die konkrete Frage, wie Menschen Technologien, Prozesse und Organisationen erleben, verstehen und nutzen.

Für die Industrie bedeutet dies: Nicht nur Maschinenleistung und Anschaffungspreis entscheiden über den realisierten Kundennutzen. Auch Inbetriebnahme, Bedienbarkeit, Integration, Schulungsaufwand, Verfügbarkeit, Wartung, digitale Services, Ersatzteilversorgung und Zusammenarbeit über den Lebenszyklus einer Lösung beeinflussen den wirtschaftlichen Wert.

Gerade für europäische Anbieter im internationalen Preiswettbewerb ist Experience deshalb kein Ersatz für Kosten- und Technologiekompetenz. Sie kann aber Teil einer Differenzierungsstrategie sein, wenn sie Total Cost of Ownership, Produktivität, Risikoreduktion und langfristige Kundenbeziehungen verbessert.

Human-Centered Design muss zudem kulturelle und soziale Unterschiede berücksichtigen. Bedürfnisse, Erwartungen, Risikowahrnehmung und Vertrauen unterscheiden sich zwischen Märkten und Nutzergruppen. Globalisierung erhöht daher nicht nur die Reichweite von Unternehmen, sondern auch die Anforderungen an empirisches Nutzerverständnis.

Kapitel 3: 20 Kernthesen für eine menschenzentrierte Wirtschaft

1. Experience ist ein wirtschaftlicher Werttreiber.

Bewusst gestaltete Interaktionen können Umsatz, Loyalität, Effizienz und Vertrauen beeinflussen. Die Wirkung ist kontextabhängig und ergänzt klassische Faktoren wie Preis, Qualität und Leistung. [Q1][Q2]

2. Design ist eine Methode der Wertschöpfung.

Designorientierung bedeutet nicht Ästhetik allein, sondern die systematische Verbindung von Nutzerbedürfnissen, technischer Machbarkeit und wirtschaftlicher Tragfähigkeit. [Q1]

3. Gute Experience kann Zahlungsbereitschaft erhöhen.

In bestimmten Märkten akzeptieren Kundinnen und Kunden Preisaufschläge für einfachere, schnellere oder vertrauenswürdigeren Erfahrungen. In preissensitiven Märkten bleibt der Preis jedoch häufig dominant. [Q3]

4. Wiederholte Erfahrung prägt Loyalität.

Markenversprechen werden an konkreten Interaktionen bestätigt oder beschädigt. Experience wirkt daher gemeinsam mit Preis, Produktqualität, Verfügbarkeit und Wettbewerbssituation auf Bindung.

5. Schlechte Experience erzeugt Kosten.

Unverständliche Prozesse, Medienbrüche, komplizierte Interfaces und Fehlbedienungen erhöhen Supportaufwand, Bearbeitungszeiten, Reklamationen und Abbruchraten.

6. Usability kann Produktivität verbessern.

Gut gestaltete Systeme reduzieren Such-, Lern- und Bedienaufwand und können Fehlerquoten sowie Bearbeitungszeiten senken. [Q8]

7. Experience ist messbar.

Geeignete Kennzahlen sind unter anderem Aufgabenerfolgsrate (Task Success), Bearbeitungszeit, Fehlerrate, Supportaufwand, Abschlussrate (Conversion), Bindungs- bzw. Wiederkehrrate (Retention), Wiederkauf, Vertrauen und qualitative Nutzerforschung.

8. Experience ist gestaltbar.

Forschung, Prototyping, Testing, Service Design, Training und Organisationsentwicklung erlauben es, Interaktionen systematisch zu verbessern. [Q5]

9. Human-Centered Design reduziert Innovationsrisiken.

Frühe Einbindung realer Nutzerkontexte hilft, Fehlentwicklungen und Fehlinvestitionen zu erkennen, bevor sie skaliert werden.

10. Technologieakzeptanz entsteht an der Schnittstelle Mensch-Technologie.

Leistungsfähige Systeme erzeugen erst dann Nutzen, wenn Menschen sie verstehen, sinnvoll einsetzen und angemessen kontrollieren können. [Q4]

11. Experience ist eine Führungs- und Organisationsaufgabe.

Sie entsteht aus Strategie, Prozessen, Daten, Technologie, Rollen, Anreizsystemen, Personalführung und Governance. Führung muss Zielkonflikte zwischen Effizienz, Risiko, Kosten und Nutzerwert sichtbar machen. [Q4]

12. Employee Experience und Customer Experience können sich gegenseitig beeinflussen.

Arbeitsmittel, Prozesse und Entscheidungsspielräume prägen, wie gut Mitarbeitende Kunden und Partner unterstützen können. [Q9]

13. Vertrauen und gute Beziehungen können Resilienz stärken.

Verlässliche Kommunikation und belastbare Beziehungen erleichtern Zusammenarbeit in Krisen; sie ersetzen jedoch keine operative, finanzielle oder technologische Resilienz.

14. Experience kann B2B-Differenzierung schaffen.

Im Maschinen- und Anlagenbau betrifft dies insbesondere Bedienbarkeit, Integration, Inbetriebnahme, Schulung, Service, Verfügbarkeit und Lebenszykluskosten. Experience kann Preisnachteile nicht beliebig kompensieren, aber den realisierten Gesamtwert einer Lösung erhöhen.

15. Gute Citizen Experience kann öffentliche Leistungen wirksamer machen.

Verständliche, zugängliche und effiziente Verfahren können Aufwand reduzieren, Compliance erleichtern und Vertrauen stärken.

16. Experience ist Teil der Standortqualität.

Lebensqualität, Mobilität, digitale Verwaltung, Bildung, Kultur und institutionelle Verlässlichkeit prägen, wie Menschen einen Standort erleben.

17. Menschenzentrierte Gestaltung kann wirtschaftliche und gesellschaftliche Wirkung verbinden.

Weniger Fehlbedienung, bessere Zugänglichkeit, höhere Nutzbarkeit und wirksamere Services können gleichzeitig Produktivität und Lebensqualität unterstützen. [Q10]

18. Nachhaltige Transformation braucht Akzeptanz und Nutzbarkeit.

Preis und wirtschaftliche Rahmenbedingungen bleiben wesentlich. Zusätzlich steigt die Wahrscheinlichkeit von Adoption, wenn nachhaltige Lösungen verständlich, praktikabel und vertrauenswürdig sind.

19. KI erhöht die Bedeutung von Experience - und von Datenqualität.

KI kann Interaktionen personalisieren und vereinfachen. Schlechte, verzerrte oder unvollständige Daten können jedoch schlechte Entscheidungen skalieren. Human-Centered AI braucht deshalb Datenqualität, Governance, Transparenz, Kontrolle und klare Verantwortung. [Q4]

20. Volkswirtschaften brauchen Experience-Kompetenz.

Nicht als neuen Produktionsfaktor neben Kapital und Arbeit, sondern als Querschnittsfähigkeit, die technologische und organisatorische Leistungsfähigkeit in tatsächliche Nutzung und Wirkung übersetzt.

Teil II - Warum Experience wirtschaftspolitisch relevant ist

Kapitel 4: Experience als strategische Wertschöpfungsfähigkeit

Experience ist historisch kein neuer Produktionsfaktor. Neu ist die strategische Bedeutung der Fähigkeit, komplexe Technologien und Organisationen für Menschen nutzbar zu machen. In diesem Sinne ist Experience-Kompetenz eine Querschnittsfähigkeit moderner Wertschöpfung.

Unternehmen investieren in Maschinen, Software, Daten, Forschung und künstliche Intelligenz. Der wirtschaftliche Nutzen dieser Investitionen entsteht jedoch erst durch erfolgreiche Anwendung. Zwischen technischer Möglichkeit und realisierter Wirkung liegen Implementierung, Integration, Lernen, Vertrauen, Bedienbarkeit und organisatorische Veränderung.

Die wirtschaftspolitische Relevanz entsteht dort, wo diese Fähigkeiten nicht nur ein einzelnes Unternehmen betreffen, sondern Standortbedingungen: Kompetenzen, Standards, digitale Infrastruktur, Forschung, öffentliche Beschaffung, Regulierung und die Qualität öffentlicher Services.

Kapitel 5: Experience, Komplexität und Produktivität

Die moderne Wissensökonomie ist nicht durch sinkende, sondern durch steigende Komplexität geprägt. Globale Lieferketten, Regulierung, Datenmengen, Softwarelandschaften und vernetzte Organisationen erhöhen die Zahl der Abhängigkeiten.

Produktivitätsverluste entstehen zunehmend durch Reibung: Medienbrüche, fragmentierte Daten, schwer verständliche Software, unnötige Prozessschritte, Informationsüberlastung, schlecht abgestimmte Verantwortlichkeiten und unzureichend integrierte Mensch-Maschine-Schnittstellen.

Menschenzentrierte Gestaltung kann diese Reibung reduzieren. Entscheidend sind messbare Ergebnisse: weniger Fehler, kürzere Bearbeitungszeiten, geringerer Schulungs- und Supportaufwand, höhere Aufgabenerfolgswahrscheinlichkeiten und bessere Nutzung vorhandener Technologien.

Kapitel 6: Experience und Innovation

Österreichische und europäische Innovationspolitik orientiert sich bereits seit Jahren nicht ausschließlich an Forschungsausgaben und Patenten. Missionsorientierung und gesellschaftliche Herausforderungen haben Wirkung stärker in den Mittelpunkt gerückt. Die Experience-Perspektive ergänzt diese Entwicklung um die Ebene der tatsächlichen Nutzung.

Gerade in einer softwaredominierten Wirtschaft reichen Patentzahlen als Innovationsindikator zunehmend weniger aus. Deshalb sollte Österreich zusätzlich Indikatoren entwickeln, die Adoption und Nutzbarkeit erfassen.

Ein mögliches Experience & Adoption Indicator Framework umfasst:

- Nutzungs- und Adoptionsraten neuer digitaler Dienste und Technologien
- Task-Success- und Abschlussraten
- Abbruch- und Fehlerraten
- Zeitaufwand für zentrale Prozesse
- Support- und Schulungsaufwand
- Accessibility und Verständlichkeit

- Vertrauen und wahrgenommene Kontrollierbarkeit
- Wiederverwendung bzw. dauerhafte Nutzung
- bei B2B-Lösungen: Inbetriebnahmezeit, Integrationsaufwand, Verfügbarkeit und Lebenszykluskosten

Diese Größen ersetzen weder F&E-Ausgaben noch Patente, Produktivität oder Exportleistung. Sie ergänzen sie um die Frage, ob Innovation tatsächlich ankommt.

Kapitel 7: Experience und Wettbewerbsfähigkeit

Wettbewerbsfähigkeit bleibt eine Funktion vieler Faktoren: Kosten, Produktivität, Energiepreise, Regulierung, Kapitalzugang, Qualifikation, Technologie, Qualität, Lieferfähigkeit und Marktzugang. Experience ist ein zusätzlicher Faktor, dessen Bedeutung je nach Markt unterschiedlich ausfällt.

Für Österreich ist dies besonders relevant, weil viele Unternehmen nicht dauerhaft über den niedrigsten Preis konkurrieren können. Ihre Stärke liegt häufig in Spezialisierung, Qualität, Engineering, Zuverlässigkeit und langfristiger Zusammenarbeit. Eine systematisch gestaltete Industrial Experience kann diese Stärken sichtbar und nutzbar machen.

Im Tourismus und Kulturbereich ist Experience hingegen kein neuer Differenzierungsfaktor, sondern seit jeher Teil des Angebots. Die neue Aufgabe liegt dort vor allem in der Verbindung physischer Erlebnisse mit digitalen Touchpoints, nachhaltiger Besuchersteuerung, Barrierefreiheit, Personalisierung und regionaler Wertschöpfung.

Kapitel 8: Experience und künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz ist der stärkste neue Treiber dieser Deklaration. Sie verschiebt Interaktionen von festen Softwareabläufen zu probabilistischen, teilweise autonomen Systemen. Dadurch ändern sich Anforderungen an Design und Governance.

Human-Centered AI verlangt mindestens fünf Qualitäten: nachvollziehbare Systemgrenzen, angemessene menschliche Kontrolle, hochwertige und geeignete Daten, klare Verantwortung sowie eine Gestaltung, die Fähigkeiten und Grenzen des Systems verständlich macht.

Für Unternehmen ist dies keine rein ethische Zusatzaufgabe. Fehlerhafte oder unverständliche KI kann Fehlentscheidungen, Haftungsrisiken, Akzeptanzprobleme und Produktivitätsverluste erzeugen. Gute Mensch-KI-Interaktion kann dagegen Wissen zugänglicher machen, Routinen vereinfachen und Beschäftigte bei komplexen Aufgaben unterstützen.

Kapitel 9: Warum gute Experience nicht automatisch entsteht

Wenn gute Experience wirtschaftlichen Nutzen erzeugen kann, stellt sich zu Recht die Frage, warum nicht jedes Unternehmen sie konsequent priorisiert. Die Antwort liegt weniger in mangelnder Intelligenz als in realen Zielkonflikten und Organisationsproblemen.

- Kurzfristige Kosten- und Ergebnisziele stehen langfristigen Investitionen in Beziehungen und Nutzbarkeit gegenüber.
- Verantwortung ist über Produkt, IT, Vertrieb, Service, Operations und Marketing verteilt.
- Legacy-Systeme und fragmentierte Daten begrenzen Gestaltungsspielräume.
- Der Return on Investment ist oft schwer einem einzelnen Bereich zuzurechnen.
- In manchen Märkten dominieren Preis, Regulierung oder technische Spezifikationen die Kaufentscheidung.
- B2B-Einkauf und tatsächliche Nutzung liegen häufig bei unterschiedlichen Personengruppen.

- Gute Experience verlangt kontinuierliche Forschung und organisatorisches Lernen statt eines einmaligen Designprojekts.

Eine glaubwürdige Experience-Strategie muss diese Zielkonflikte offen benennen. Experience ist kein Allheilmittel, sondern eine Managementdisziplin, die Wirkung nachweisen muss.

Kapitel 9: High Tech braucht High Touch

Je stärker Wirtschaft und Arbeitswelt durch **KI, Robotik, Automatisierung, digitale Prozesse und Online-Kommunikation** geprägt werden, desto wertvoller wird echte menschliche Begegnung.

Technologie kann Prozesse effizienter machen, Routinearbeit übernehmen und Zusammenarbeit über Distanzen ermöglichen. Gleichzeitig reduziert sie viele jener persönlichen Kontakte, durch die **Vertrauen, Zugehörigkeit, Anerkennung und Unternehmenskultur** entstehen.

Gerade deshalb darf die Fabrik oder Organisation der Zukunft nicht nur technologisch, sondern muss auch **sozial intelligent** gestaltet werden.

Das gilt besonders für die Arbeitswelt. Automatisierte HR-Prozesse, hybride Arbeit und digitale Kommunikation können Effizienz steigern. Sie dürfen aber persönliche Führung, informellen Austausch, gemeinsames Lernen und echte Anerkennung nicht ersetzen. Unternehmen, die qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen und halten wollen, müssen deshalb bewusst Räume für menschliche Begegnung schaffen.

Magic Moments und Storytelling

Nicht jede Interaktion muss außergewöhnlich sein. Aber manche Momente besitzen besondere Bedeutung: der erste Arbeitstag, gemeinsames Lösen eines schwierigen Problems, persönliche Anerkennung, ein Projekterfolg oder die Unterstützung in einer schwierigen Situation.

Solche **Magic Moments** schaffen Erinnerung, Bindung und Zugehörigkeit.

Storytelling gibt diesen Erfahrungen Bedeutung. Geschichten über Menschen, Erfolge, Herausforderungen und gemeinsame Leistungen schaffen Identität – gerade in Organisationen, in denen persönliche Begegnungen seltener werden.

Die zentrale Aufgabe lautet deshalb nicht, Digitalisierung zurückzudrehen, sondern neu zu entscheiden:

Was automatisieren wir – und wo investieren wir bewusst in menschliche Begegnung?

Die Experience Economy verbindet damit **High Tech mit High Touch**. Je leistungsfähiger Technologie wird, desto wichtiger werden jene Qualitäten, die Organisationen menschlich machen: Aufmerksamkeit, Vertrauen, Empathie, Anerkennung und gemeinsames Erleben.

Technologie soll Menschen nicht voneinander entfernen. Sie soll Freiräume schaffen für das, was nur Menschen füreinander leisten können.

Teil III - Österreich: Tradition und Zukunft verbinden

Kapitel 11: Österreichs Ausgangslage

Österreich verbindet industrielle Qualität, spezialisierte Unternehmen, Handwerk, Forschung, Dienstleistungen, Tourismus, Kultur und hohe Lebensqualität. Diese Vielfalt ist eine Stärke, wenn sie nicht in getrennten politischen und wirtschaftlichen Silos gedacht wird.

Gleichzeitig sollte die Experience-Perspektive nicht so dargestellt werden, als beginne Menschenzentrierung erst heute. Österreich verfügt über historische Traditionen sozialer und bildungspolitischer Modernisierung, Sozialpartnerschaft und nutzerorientierter Gestaltung. Diese Tradition kann als Ausgangspunkt dienen, ohne historische Ansätze mit heutigen Herausforderungen gleichzusetzen.

Die neue Aufgabe ist, diese Haltung auf eine von Software, Daten und KI geprägte Wirtschaft zu übertragen.

Kapitel 12: Digitaler Humanismus als österreichischer Anknüpfungspunkt

Der Digitale Humanismus bietet einen geeigneten normativen Anschluss: Technologie soll dem Menschen dienen und demokratische, gesellschaftliche und menschliche Werte stärken. Die Experience-Perspektive kann diesen Anspruch auf die konkrete Gestaltung von Produkten, Services, Arbeitswelten und Institutionen übertragen.

Damit entsteht eine österreichische Positionierung, die technologische Offenheit und Menschenzentrierung nicht gegeneinander ausspielt: Österreich soll Innovation ermöglichen und zugleich Kompetenz darin aufbauen, ihre Wirkung auf Menschen systematisch zu gestalten und zu messen.

Kapitel 13: Die Rolle von Unternehmen und Politik

Customer Experience, Service, Benutzerfreundlichkeit und Kundenbeziehungen sind primär Aufgaben der Unternehmen. Wirtschaftspolitik soll diese Verantwortung nicht übernehmen und keine bestimmte Experience vorschreiben.

Die Rolle der Politik liegt dort, wo gemeinsame Rahmenbedingungen entstehen:

- Aus- und Weiterbildung in Human-Centered Design, HCI, Service Design und Human-Centered AI
- Forschung und Entwicklung zu Mensch-Technologie-Interaktion
- interoperable und zugängliche digitale Infrastruktur
- Standards, Normen und geeignete regulatorische Rahmenbedingungen
- öffentliche Beschaffung als Nachfrage nach nutzbaren, zugänglichen und vertrauenswürdigen Lösungen
- Living Labs und Testumgebungen für neue Technologien
- menschenzentrierte öffentliche Services
- Messung von Adoption, Nutzbarkeit und Wirkung

Die Experience Economy ist damit keine neue Förderlogik, sondern eine Querschnittsperspektive, die bestehende Instrumente stärker auf tatsächliche Nutzung und Wirkung ausrichtet.

Kapitel 14: Experience Nation Austria 2035

Experience Nation Austria 2035 bezeichnet kein Land spektakulärer Erlebnisse. Es bezeichnet einen Standort, an dem technologische und organisatorische Qualität für Menschen tatsächlich nutzbar wird.

Die Vision lautet: Österreich verbindet industrielle und wissenschaftliche Leistungsfähigkeit mit hoher Kompetenz in der Gestaltung der Mensch-Technologie-Beziehung. Produkte sind nicht nur technisch exzellent, sondern integrierbar und bedienbar. Öffentliche Services sind nicht nur digital, sondern verständlich. KI ist nicht nur leistungsfähig, sondern kontrollierbar und vertrauenswürdig. Tourismus und Kultur verbinden authentische physische Erfahrungen mit hochwertigen digitalen Services. Arbeitswelten nutzen Technologie, um Fähigkeiten zu erweitern statt unnötige Komplexität zu erzeugen.

Das Ziel ist kein neues nationales Etikett, sondern eine überprüfbare Qualität des Standortes.

Teil IV - Anwendung in Österreichs zentralen Sektoren

Die folgenden Felder werden bewusst nach Sektoren gegliedert. Unternehmensgröße ist eine Querschnittsdimension: KMU finden sich in Industrie, Handwerk, Dienstleistungen, Tourismus und vielen weiteren Bereichen. Ebenso sind Technologie und KI keine isolierten Sektoren, sondern Transformationstechnologien, die alle Bereiche durchziehen.

Industrie und Handwerk

Experience ergänzt technische Exzellenz um Bedienbarkeit, Integration, Service, Inbetriebnahme, Schulung, Wartung und Lebenszyklusbetreuung. Für Handwerksbetriebe kommen persönliche Beziehung, Herkunft, Vertrauen und individuelle Lösungskompetenz hinzu. KMU-spezifische Instrumente müssen dabei Ressourcenknappheit und geringere Spezialisierung berücksichtigen.

Dienstleistungen, Handel und Finanzwirtschaft

Hier sind Customer Journey und Servicequalität seit langem etabliert. Die neue Herausforderung liegt in der Verbindung von persönlicher und digitaler Interaktion, in konsistenten Omnichannel-Prozessen sowie in verständlichen und vertrauenswürdigen digitalen Services.

Tourismus und Kultur

Beide Bereiche leben traditionell von Erfahrung. Neu sind digitale Reise- und Besuchsketten, Plattformabhängigkeit, Besuchersteuerung, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und datenbasierte Personalisierung. Die Experience-Perspektive soll vorhandene Kompetenz weiterentwickeln, nicht neu erfinden.

Gesundheit und Pflege

Medizinische und pflegerische Qualität bleibt zentral. Menschenzentrierte Gestaltung ergänzt sie durch verständliche Kommunikation, Orientierung, sichere digitale Prozesse und eine bessere Abstimmung zwischen Patientinnen und Patienten, Personal und Technologie.

Bildung

Menschenzentrierte Bildung hat in Österreich historische Vorläufer. Heute kommen digitale Lernumgebungen, KI-basierte Assistenzsysteme und neue Anforderungen an Medien- und Datenkompetenz hinzu. Learning Experience verbindet Didaktik, Technologie und Zugänglichkeit.

Öffentliche Verwaltung

Citizen Experience ist dort besonders relevant, wo Digitalisierung neue Self-Service-Prozesse schafft. Ziel sind verständliche, zugängliche und effiziente Verfahren. Die Verwaltung kann zugleich als Referenzanwender für menschenzentrierte digitale Systeme wirken.

Mobilität, Energie und Infrastruktur

Technische Infrastruktur entfaltet gesellschaftliche Wirkung erst durch Nutzung. Verständlichkeit, Zuverlässigkeit, Zugänglichkeit und Vertrauen beeinflussen die Akzeptanz neuer Mobilitäts- und Energiesysteme, ohne Kosten und Leistungsfähigkeit zu ersetzen.

Forschung, Entwicklung und Innovation

Österreich sollte Forschung zur Mensch-Technologie-Interaktion, Human-Centered AI, HCI, Service Design, Ergonomie und sozio-technischen Systemen stärker mit industrieller und öffentlicher Anwendung verbinden. Da viele Basistechnologien außerhalb Österreichs entwickelt werden, liegt eine Chance in hochwertiger Anwendung, Integration und verantwortungsvoller Gestaltung.

Teil V - Politische Agenda: Von der Vision zur Umsetzung

Die politische Agenda folgt einem Grundsatz: Politik gestaltet nicht die Customer Experience einzelner Unternehmen. Sie schafft Rahmenbedingungen, in denen menschenzentrierte Innovation leichter entwickelt, getestet, gemessen und skaliert werden kann.

1. Experience & Human-Centered Transformation Council Austria

Ein schlankes, interdisziplinäres Beratungsgremium soll bestehende Akteure aus Industrie, Dienstleistungen, Forschung, Design, Arbeitnehmervertretung, öffentlicher Verwaltung und Zivilgesellschaft verbinden. Aufgabe ist nicht der Aufbau einer Parallelstruktur, sondern die Koordination von Themen, die heute zwischen Digitalisierung, Innovation, Industriepolitik und öffentlichem Service liegen.

2. Austrian Experience & Adoption Report

Ein regelmäßiger Bericht soll nicht nur subjektive Zufriedenheit messen, sondern die Frage beantworten, wie gut Innovationen tatsächlich genutzt werden. Er verbindet vorhandene Standort-, Innovations- und Lebensqualitätsindikatoren mit Nutzungs-, Adoptions- und Experience-Metriken.

3. Experience & Adoption Indicator Framework

Statt eines einzigen schwer interpretierbaren Experience Index soll ein transparentes Kennzahlenset entwickelt werden. Es umfasst je nach Sektor Task Success, Zeitaufwand, Abbruchraten, Accessibility, Supportaufwand, Technologieadoption, Vertrauen, Wiederverwendung sowie im B2B-Bereich Integrations- und Inbetriebnahmeaufwand.

4. Human-Centered Innovation in bestehenden Förderinstrumenten

Anstelle eines automatisch neuen Fonds sollte zunächst geprüft werden, wie menschenzentrierte Forschung, Testing, HCI und Adoption als Qualitätskriterien in bestehende Forschungs- und Innovationsprogramme integriert werden können.

5. Experience Living Labs Austria - auf Bestehendem aufbauen

Vor der Gründung neuer Strukturen ist zu erheben, welche Living Labs, Testbeds und Experience-Einrichtungen in Österreich bereits bestehen. Bestehende Kompetenzen - etwa im Umfeld angewandter Forschung - sollen vernetzt und für Unternehmen sowie öffentliche Institutionen leichter zugänglich gemacht werden.

6. Kompetenzinitiative Human-Centered Transformation

Führungskräfte, Entwicklerinnen und Entwickler, Produktverantwortliche, Verwaltung und Sozialpartner benötigen Kompetenzen in Human-Centered Design, HCI, Service Design, Behavioral Science, Datenqualität, AI Governance und Wirkungsmessung. Bestehende Hochschul- und Weiterbildungsangebote sollen eingebunden werden.

7. Standards und Normen intelligent nutzen

Österreich soll internationale Normen zu Usability, Ergonomie, Accessibility, Servicequalität und KI nicht duplizieren, sondern ihre Anwendung unterstützen und dort Beiträge zur Weiterentwicklung leisten, wo neue Mensch-KI-Interaktionen zusätzliche Anforderungen erzeugen.

8. Öffentliche Verwaltung als Lead User

Bund, Länder und Gemeinden können menschenzentrierte Transformation am glaubwürdigsten vorantreiben, indem sie eigene digitale Services verständlich, zugänglich und effizient gestalten und die Wirkung anhand realer Nutzung messen.

9. Forschung und Entwicklung stärken

Forschungspolitik soll die Verbindung von Technologieentwicklung mit HCI, Human-Centered AI, Behavioral Science, Ergonomie und sozio-technischer Systemforschung stärken. Entscheidend ist die Übersetzung von Forschung in Anwendung.

10. Digitalen Humanismus operationalisieren

Österreich kann an bestehende politische und wissenschaftliche Debatten zum Digitalen Humanismus anknüpfen. Experience-Kompetenz übersetzt dessen normative Zielsetzung in konkrete Gestaltungs-, Management- und Messpraktiken.

Die österreichische Deklaration

Österreich steht vor einer technologischen Transformation, die Wirtschaft, Arbeit, öffentliche Institutionen und Alltag tiefgreifend verändert.

Wir erkennen an, dass Menschenzentrierung keine neue Idee ist. Wirtschaftlicher Fortschritt wurde auch in früheren Epochen gesellschaftlich gestaltet. Kundenorientierung, Servicequalität, Bildung, Arbeitsgestaltung und soziale Innovation besitzen lange Traditionen.

Wir erkennen zugleich an, dass Software, Daten, künstliche Intelligenz, globale Plattformen und zunehmend autonome Systeme neue Anforderungen an die Beziehung zwischen Mensch, Technologie und Organisation stellen.

Wir erklären deshalb:

Die Experience Economy ist für uns keine neue Wirtschaftsepoche und kein Ersatz für Industrie, Dienstleistungen oder klassische Produktionsfaktoren. Sie ist die strategische Fähigkeit, technologische und organisatorische Leistungsfähigkeit in verständlichen, nutzbaren, vertrauenswürdigen und wirtschaftlich tragfähigen Nutzen für Menschen zu übersetzen.

Wir bekennen uns zu technologischem Fortschritt und zu wirtschaftlicher Wettbewerbsfähigkeit. Preis, Produktivität, Qualität, Forschung, Energie, Kapital und technologische Exzellenz bleiben unverzichtbar. Menschenzentrierte Gestaltung ergänzt diese Faktoren um die Frage ihrer tatsächlichen Wirkung.

Wir bekennen uns zu einer Industrie, in der Digitalisierung und Automatisierung Menschen befähigen. Zu Software, die Komplexität beherrschbar macht. Zu künstlicher Intelligenz, deren Daten, Grenzen und Verantwortung ernst genommen werden. Zu Dienstleistungen, die verständlich und verlässlich sind. Zu öffentlichen Institutionen, die zugänglich und wirksam handeln.

Wir verstehen Experience als Führungsaufgabe. Sie entsteht nicht in einer einzelnen Abteilung, sondern im Zusammenspiel von Strategie, Prozessen, Daten, Technologie, Kompetenzen, Kultur und Governance.

Wir verstehen Experience zugleich als empirische Aufgabe. Gute Absichten reichen nicht. Wirkung muss durch Forschung, Tests und geeignete Kennzahlen sichtbar werden.

Wir verstehen die Rolle der Politik als Ermöglicher: durch Bildung und Forschung, Standards, Infrastruktur, öffentliche Beschaffung, Experimentierräume, gute digitale Verwaltung und geeignete Rahmenbedingungen. Die Gestaltung konkreter Kundenbeziehungen bleibt Aufgabe der Unternehmen.

Wir wollen Österreich als Standort positionieren, der industrielle und technologische Exzellenz mit hoher Kompetenz in der Gestaltung der Mensch-Technologie-Beziehung verbindet.

Experience schafft Zukunft - nicht weil Erfahrung neu wäre, sondern weil die Fähigkeit, technologischen Fortschritt für Menschen nutzbar zu machen, zu einer entscheidenden Kompetenz der kommenden Jahre wird.

Quellenbasis der Ausgangsfassung

Die folgende Quellenbasis wurde aus der ursprünglichen Deklaration übernommen. Für eine veröffentlichungsreife wissenschaftliche Fassung sollten die vollständigen bibliografischen Angaben ergänzt und jede These mit einer konkreten Fundstelle versehen werden.

- [Q1] McKinsey: Design-Reife und wirtschaftliche Performance (McKinsey Design Index).
- [Q2] Forrester: CX Index; Zusammenhang von Experience-Qualität, Loyalität und Umsatztreibern.
- [Q3] PwC: internationale Konsumentenstudien zu Customer Experience, Zahlungsbereitschaft und Loyalität.
- [Q4] World Usability Congress: UX Trend Reports 2024-2026 zu Human-Centered AI, Experience, UX Management und strategischer Wirkung von UX.
- [Q5] Austrian WOW Report: Untersuchung von WOW-Momenten und außergewöhnlichen Erfahrungen in Österreich.
- [Q6] B. Joseph Pine II / James H. Gilmore: Experience Economy.
- [Q7] Europäische Kommission: Industry 5.0 - human-centric, sustainable, resilient.
- [Q8] Nielsen Norman Group: Usability- und UX-Metriken, Effizienz und ROI.
- [Q9] Deloitte: Workforce Experience und Zusammenhang mit Kundenorientierung.
- [Q10] OECD: Well-being Framework und Fortschrittsmessung über das BIP hinaus.

Redaktionelle Hinweise für die nächste Fassung

- Jede der 20 Thesen mit mindestens einer konkreten Publikation und vollständiger bibliografischer Angabe belegen.
- Aussagen zu Österreichs internationaler Position und zu konkreten politischen Programmen vor Veröffentlichung aktuell verifizieren.
- Bestehende österreichische Living Labs und insbesondere einschlägige Einrichtungen vor einer neuen Institutionengründung systematisch kartieren.
- Den Digitalen Humanismus mit den einschlägigen österreichischen bzw. Wiener Programmen und Publikationen konkret belegen.
- Für den Experience & Adoption Indicator Framework zunächst Pilotindikatoren in zwei bis drei Sektoren testen, bevor ein nationaler Index vorgeschlagen wird.