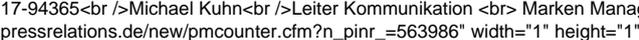




## INTO THE WILD: Daimler bei der re:publica 2014

INTO THE WILD: Daimler bei der re:publica 2014  
Daimler ist mit Business Innovation und der moovel GmbH zum dritten Mal Partner der Internetkonferenz in Berlin. Acht Redner diskutieren im Rahmen der Subkonferenz "re:think mobility" über neue Wege der Mobilität, autonomes Fahren, Science Fiction und den Sound der Zukunft. Daimler begibt sich mit der re:publica 2014 erneut auf den Weg ins Unbekannte: INTO THE WILD ist das diesjährige Motto der größten Technologie-inspirierten Konferenz der digitalen Gesellschaft. Mit dem Bereich Business Innovation und der moovel GmbH ist Daimler bereits zum dritten Mal Partner. "Wir lassen uns jedes Jahr aufs Neue inspirieren und setzen gleichzeitig Impulse", bestärkt Wilfried Steffen, Leiter von Business Innovation bei Daimler, das Engagement bei der re:publica. "Die digitale Welt und das Fahrzeug sind immer enger miteinander vernetzt. Daher ist es für uns nur folgerichtig, genau zuzuhören und mitzureden, wenn das internetaffine Publikum der re:publica über die Zukunft des Internet diskutiert." "Wir wollen mit moovel Mobilität radikal vereinfachen", so Michael Kuhn, Leiter Communications Brand Management der moovel GmbH. "Die re:publica ist die ideale Plattform, um über die Fragestellungen der Zukunft zu sprechen. Wir freuen uns sehr darauf, mit den Besuchern der re:publica Facetten der Mobilität von morgen zu erforschen." Vom 6. bis 8. Mai setzen sich mehr als 450 nationale und internationale Redner aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik bei der größten Internetkonferenz Europas mit den erwarteten 5.000 Besuchern über Netzkultur, die Zukunft des Internet und die Entwicklung der Gesellschaft auseinander. Mit der diesjährigen Subkonferenz "re:think mobility" taucht Daimler tief in die "Wildnis der Mobilität" ein. In einer Diskussionsrunde stellen sich Helmuth Ritzer von der moovel GmbH, Walter Matthias Kunze von trendquest und Tobias Wallisser, Professor für Architektur und Innovative Bau- und Raumkonzepte an der Universität Stuttgart und Mitbegründer vom Laboratory for Visionary Architecture den Fragen: Ist die Gesellschaft überhaupt reif für autonomes Fahren? Braucht es einen Perspektivwechsel? Wie tickt der Biorhythmus der Gesellschaft? Ergeben sich aus dem autonomen Fahren neue Konzepte für Mobilität? Und wie müssten sich unsere Städte dann verändern? Wie die Vision der selbstfahrenden Autos bereits vor Jahrzehnten in der Science Fiction Literatur thematisiert wurde, zeigt Thomas LeBlanc in seinem Vortrag. Als Gründer der Phantastischen Bibliothek in Wetzlar gibt er Impulse, inwieweit die Science Fiction als gedankliches Labor für Entwickler in der Industrie dienen kann und welche Zukunftsszenarien die Literatur für den technischen Fortschritt und die Gesellschaft beschreibt. Alexander Mankowsky, Zukunftsforscher bei Daimler, gibt Denkanstöße zu den Potentialen, die aus der Verbindung der digitalen mit der physischen Welt entstehen und diskutiert wie mit autonomen Technologien in Zukunft kooperiert werden kann. Die Geschichte der Mobilität ist immer auch eine Geschichte ihres Klangs. Welche wichtige Rolle Geräusche in der Fahrzeugentwicklung spielen und wie man einzigartige Sounds komponiert, erfahren die re:publica-Teilnehmer von Dr. Marcus Hofmann, Sounddesigner und -engineer bei Mercedes-AMG. Klangtechnisch unterstützt wird er dabei von DJ Friction, einem Discjockey und erfolgreichen Produzent, der einen Soundteppich der Mobilität von damals über heute bis morgen und übermorgen webt und der Berliner Slampoetin Baso, einer Autorin, Filmemacherin und bekannten Spoken-Word-Künstlerin, die sich "wortgewaltig" der Zukunft der Mobilität nähert. Mit den Talks von Carina Lopes und Raúl Aguayo-Krauthausen wird im Rahmen des "re:think mobility"-Panels das Bewusstsein für spezielle Anforderungen zukünftiger Mobilität geschärft. Krauthausen von SOZIALHELDEN, der unter anderem die "Wheelmap" entwickelt hat, eine virtuelle Karte zum Suchen und Finden rollstuhlgerechter Orte, befasst sich in seiner Session mit Mobilitätsinnovationen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Eine Antwort darauf liefert Carina Lopes von citymart, die einen Einblick in Konzepte gibt, wie Mobilitätslösungen von Städten weltweit umgesetzt werden können. Der Stand von Daimler animiert auch dieses Mal wieder zum Mitmachen. Durch eine mehrfach gekrümmte Spiegelfläche bekommen die Bewegungen der Teilnehmer ganz neue Perspektiven. Ein Computer erstellt dann digitale Portraits: Ein Gesicht aus Buchstaben, das der Besucher als Postkarte ausdrucken oder direkt twittern kann. Über die moovel GmbH  
Die moovel GmbH (vormals Daimler Mobility Services GmbH), ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Daimler AG, bietet ihren Kunden innovative Mobilitätsdienstleistungen aus einer Hand an. Mit der Marke car2go ist die Gesellschaft der weltweit führende Anbieter im Segment des flexiblen Carsharing. Derzeit ist der Service international in 26 Städten verfügbar. Die inzwischen rund 10.500 Fahrzeuge wurden von über 700.000 Kunden bereits mehr als 21 Millionen Mal angemietet. Mit der Marke moovel offeriert das Unternehmen zudem eine intuitiv bedienbare Smartphone-App, die es dem Kunden erlaubt, verschiedene Mobilitätsangebote hinsichtlich verschiedener Parameter zu vergleichen und so den für ihn optimalen Weg von A nach B zu finden. Weitere Betätigungsfelder der Gesellschaft sind unter anderem die Entwicklung von innovativen Lösungen beim Suchen und Buchen von Parkplätzen sowie von Carsharing-Angeboten für gewerbliche Flotten. Mitte Februar 2014 startete der Pilotbetrieb von car2go black, dem neuen Parkspot-basierten Premium Carsharing-Dienst in und auch zwischen den Städten Berlin und Hamburg. Über Business Innovation  
Seit 2007 ist Business Innovation der Think Tank der Daimler AG für zukunftsweisende Geschäftsideen, die über das Kerngeschäft der Automobilherstellung hinausgehen. Business Innovation befasst sich mit aktuellen Trends und beobachtet technologische, soziale und kulturelle Entwicklungen, um profitable neue Businessmodelle zu entwickeln. Die Teams von Business Innovation sind mittlerweile auf der ganzen Welt ansässig. Neben dem Headquarter in Stuttgart befinden sie sich in Istanbul, São Paulo, Beijing, Buenos Aires und im kalifornischen Sunnyvale. Programm "re:think mobility"  
Dienstag, 6. Mai 2014  
Das neue "Go West": Hybrid aus digitaler und physischer Welt  
Alexander Mankowsky, Daimler  
15:00-16:00 Uhr  
Mittwoch, 7. Mai 2014  
Werden wir in 30 Jahren noch Auto fahren?  
Ein Blick in intelligente Szenarien der Science-Fiction-Literatur  
Thomas Le Blanc, Phantastische Bibliothek Wetzlar  
12:30-13:30 Uhr  
Mobilitätsinnovationen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen  
Raul Krauthausen, Sozialhelden  
Innovation for special needs - how cities can make a global effort  
Carina Lopes, citymart.com  
15:00-16:00 Uhr  
Ist die Gesellschaft reif für Autonomes Fahren?  
Walter Matthias Kunze, trendquest  
Helmuth Ritzer, moovel GmbH  
Prof. Tobias Wallisser, LAVA und Universität Stuttgart  
16:15-17:15 Uhr  
Mobile Klangwelten - The Acoustic Way of Mobility  
Dr. Marcus Hofmann, Mercedes-AMG GmbH  
Poetryslamerin Baso  
DJ Friction  
17:30-18:30 Uhr  
Matthias Brock  
Research & Development Communications  
Tel.: +49 711 17-91404  
Fax: +49 711 17-94365  
Michael Kuhn  
Leiter Kommunikation  
Marken Management  
Tel.: +49 711 17-57676  


### Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

### Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

ehemals DaimlerChrysler AG DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine ? und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.