

Für mehr „live“: 60 Prozent zusätzliche Fans in den Stadien – sicheres Erlebnis mit Technologie von Fujitsu

Auf einen Blick:

- Quanten-inspirierte Technologie von Fujitsu erlaubt den Einlass von bis zu 60 Prozent mehr Fans bei Großveranstaltungen – unter Einhaltung der jeweils geltenden Abstands- und Hygieneregeln
- Veranstalter profitieren von deutlich höheren Einnahmen durch Ticket-Verkauf
- Die Technologie wird von Bundesliga-Vereinen und dem Betreiber des Nürburgrings bereits für den operativen Einsatz erprobt

Wien, 15. Juni 2021 – Auch wenn die Pandemie abzuebben scheint – die strengen Sicherheitsvorschriften und hohen Anforderungen an die Hygienekonzepte gelten nach wie vor. Denn auch wenn jetzt allmählich wieder größere Veranstaltungen möglich werden, gelten immer noch erhebliche Zugangsbeschränkungen. Hier hilft anspruchsvolle Technologie: Die Quantum-Inspired Optimization Services (QIOS) von Fujitsu basieren auf der zukunftsweisenden [Digital Annealer-Technologie](#) des Unternehmens – und erlauben den Einlass von bis zu 60 Prozent mehr Zuschauern als es mit aktuellen Konzepten möglich wäre – unter Einhaltung derselben Abstands- und Hygieneregeln. Der genaue Prozentsatz variiert je nach den örtlichen Abstandsanforderungen.

Das sorgt nicht nur dafür, dass mehr Menschen wieder Sport, Kultur usw. gemeinsam live erleben können, sondern steigert natürlich auch die Einnahmen der Veranstalter. Aktuell wird das Angebot von Fujitsu von den Vereinen der Fußball-Bundesliga erprobt – und von vielen für so gut befunden, dass sie es künftig einsetzen wollen. So funktioniert es: Die Optimierung, die Fujitsu mithilfe des Digital Annealers- beispielsweise für das Berliner Olympiastadion entwickelt hat, lässt eine Erhöhung der nutzbaren Sitzplätze um 60 Prozent unter Berücksichtigung der bestehenden Sicherheits- und Abstandskonzepte zu. Für die Clubs heißt das: Es können mehr Fans ins Stadion gelassen und damit höhere Einnahmen aus dem Ticketverkauf pro Spieltag erzielt werden.

Die Betreiber des Nürburgrings sind nach intensiven Tests auch überzeugt. Hier kam die Lösung von Fujitsu während des 24h-Rennens sowie von Formel1-Rennen zum Einsatz. Für den Nürburgring gilt ein anderes Reglement als für Sportstadien, doch können hier durch den Einsatz der Quantum-Inspired Optimization Services ebenfalls mehr Zuschauerplätze sicherheitskonform besetzt werden. Dazu Mirco Markfort, Geschäftsführer am Nürburgring: „Die Tests mit der Digital Annealer- Technologie haben gezeigt, dass wir eine im Vergleich um 30 bis 40 Prozent höhere Belegung pro Tribüne erzielt haben. Der Effekt des Digital Annealers wird hier sehr deutlich. Wenn wir die Technologie mit unserem Ticketing-System verbinden können, können wir uns einen künftigen Einsatz sehr gut vorstellen.“

In der Regel kaufen Fans ihre Karten für eine Veranstaltung je nach Anzahl der Mitreisenden in unterschiedlich

großen Blöcken. Dabei geben die Covid-Sitzpläne jedoch eine starrere Anordnung vor. Typischerweise werden Sitzpaare für den nötigen Abstand mit einer „Pufferzone“ von leeren Plätzen getrennt. Unabhängig davon, ob die Käufer lieber paarweise sitzen wollen oder nicht, muss das Muster in jedem Fall beibehalten werden.

Digital Annealer von Fujitsu bringt Sicherheitsvorgaben und Fanbedürfnis zusammen

Mit dem Quanten-inspirierten Digital Annealer von Fujitsu können Veranstalter in kürzester Zeit Sitzpläne berechnen, die auf die Bedürfnisse der Fans abgestimmt sind. Mit solchen Plänen, die bisherige Standard-Sitzplatzmuster nach dem „Pärchen-Prinzip“ (immer nur zwei nebeneinander) ersetzen, können beispielsweise ganze Familien endlich unter Einhaltung der bestehenden Regeln beieinander sitzen. Eine Berechnung solcher Sitzmuster und Pläne würde mit herkömmlichen Computern zu lange dauern, um für den Online-Ticketverkauf zu funktionieren. Mit seinen von Quantencomputern inspirierten Fähigkeiten kann der Digital Annealer von Fujitsu so genannte ‚kombinatorische Optimierungsberechnungen‘ lösen. Konkret bedeutet das: Er kann nahezu in Echtzeit aus einer enormen Anzahl an Möglichkeiten gezielt das bestmögliche Ergebnis errechnen und anzeigen.

Jörn Nitschmann, Head of Manufacturing and Automotive bei Fujitsu Central Europe, kommentiert: „Wenn es wieder Großveranstaltungen gibt, bleibt die Begrenzung der verfügbaren Tickets aufgrund der weiterhin gültigen Distanzvorgaben vorerst erhalten. Hier stets das optimale Ergebnis bei der Ticket- und Platzvergabe zu erzielen und damit auch das Bedürfnis nach einem echten Fanerlebnis zu bedienen, ist hochkomplex. Konventionelle Computer sind einfach nicht schnell genug, um den Promotoren das zu liefern, was sie brauchen. Anders die QIOS-Lösung von Fujitsu: Damit können die Distanz- und Sicherheitsvorgaben eingehalten werden und gleichzeitig können mehr Menschen in den Genuss der Veranstaltungen kommen, die sie so sehr vermisst haben.“

Weitere Informationen über Fujitsu erhalten Sie über

- Fujitsu Aktuell: <http://www.fujitsu.com/de/fujitsuaktuell>
- Twitter: http://twitter.com/Fujitsu_DE
- LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/Fujitsu>
- Facebook: <http://www.facebook.com/Fujitsu.DE>
- Fujitsu Bildmaterial und Media Server: https://mediaportal.ts.fujitsu.com/pages/dk_home.php
- Fujitsu Newsroom: <http://de.Fujitsu.com/newsroom>

Pressekontakt:

ikp Wien GmbH
Ines Schmied-Binderlehner
Tel.: +43 1 524 77 90-24
fujitsu@ikp.at

Über Fujitsu

Fujitsu ist das führende japanische Unternehmen für Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) und bietet ein umfassendes Spektrum an Technologieprodukten, -lösungen und -dienstleistungen. Mit rund 126.000 Mitarbeitern betreut das Unternehmen Kunden in mehr als 100 Ländern. Fujitsu nutzt Erfahrung und Expertise und die Kraft der Informations- und Kommunikationstechnologie, um die Zukunft der Gesellschaft gemeinsam mit seinen Kunden zu gestalten. Im Geschäftsjahr 2020 (zum 31. März 2021) erzielte Fujitsu Limited (TSE:6702) mit Hauptsitz in Tokio, Japan, einen konsolidierten Jahresumsatz von 3,6 Billionen Yen (34 Milliarden US-Dollar). <http://www.fujitsu.at>

Fujitsu in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Fujitsu unterstützt als führender Informations- und Telekommunikations-Komplettanbieter seine Kunden bei allen Aspekten der digitalen Transformation. Dafür kombiniert das Unternehmen IT-Dienstleistungen und Produkte mit zukunftsweisenden digitalen Technologien – wie Künstlicher Intelligenz (KI), dem Internet der Dinge (IoT), Blockchain, Analytics, Digital Annealing sowie Cloud- und Sicherheitslösungen – und schafft zusammen mit seinen Kunden und Partnern neue Werte. Das Produkt- und Service-Angebot kann passgenau auf die

individuellen Bedürfnisse zugeschnitten werden – von der Konzeption bis hin zur Implementierung, dem Betrieb und der Orchestrierung von digitalen Ökosystemen.

In Deutschland, Österreich und der Schweiz hat Fujitsu rund 5.000 Beschäftigte und verfügt mit über 10.000 Channel-Partnern allein in diesen drei Ländern zudem über eines der leistungsfähigsten Partnernetzwerke der Branche. <http://www.fujitsu.com/de>