

# 10 Thesen zur Internet- und Media-Evolution bis 2019

Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer

# Inhaltsverzeichnis

## **Grundlegende Trendthesen 2019**

1. Vom Internet zum Outernet
2. „Mind reading“ steht kurz vor der Marktreife
3. Natürlichsprachige Ein- und Ausgabeinterfaces
4. Internet der Dinge wandelt sich zum Internet der Dienste
5. Inhalte kommen von immer mehr Contentlieferanten
6. Information Security

## **Auf den Medienkonsum und die Geschäftsmodelle von Medienhäusern und Verlagen bezogene Thesen**

7. Medien- vs. Programmmarken
8. Einbindung von Nutzern
9. Medienformate reduzieren sich
10. Der Werbemarkt

**... in 2019**

# 1. Vom Internet zum Outernet

- ▶ es gibt 11 Milliarden Menschen weltweit
- ▶ davon besitzen dann 5 Milliarden Menschen ein Mobile Phone (in Indien, Afrika und anderen Ländern)
- ▶ auf den emerging markets herrscht wahrscheinlich schon 2015 eine 70%ige Durchdringung der Bevölkerung mit Mobile Phones
- ▶ 2,5 Milliarden Menschen haben dann zudem Mobile Internet Access
- ▶ die Informationsversorgung verlässt überwiegend den PC
- ▶ die Geräte werden immer intelligenter – Informationssuche und -angebot immer intuitiver, persönlicher und passender über GEO-Tagging, location based und nutzerverhaltensgesteuerte, aktiv angebotene Informationen



## 2. „Mind reading“ steht kurz vor der Marktreife

- ▶ Kennen Sie die Szene aus „Zurück in die Zukunft II“, in der Marty in einem 80er Jahre Retro Café einigen Kids das „Arcade-Spiel“ demonstriert und die sich darüber totlachen, dass er es über Tasten und Joystick steuert:

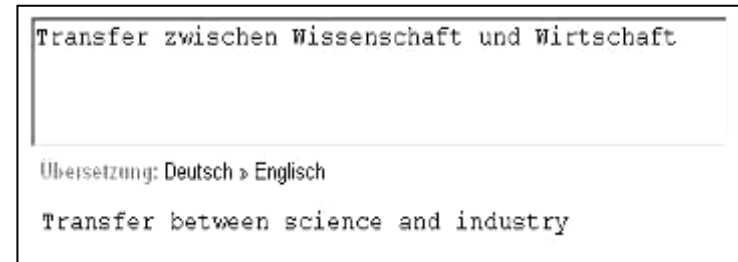
**„You have to use your hands!  
That´s like a baby´s toy.“**



<http://www.imdb.de/media/rm912824576/tt0088763>

## 3. Natürlichsprachige Ein- und Ausgabeinterfaces

- ▶ Multilanguage und die Möglichkeit sofortiger Übersetzung werden marktreif
- ▶ es entstehen Interfaces zur Eingabe und Aufnahme natürlichsprachiger Sätze, z. B. für das Suchen / Finden



<http://translate.google.de/?hl=de#>



## 4. Internet der Dinge wandelt sich zum Internet der Dienste

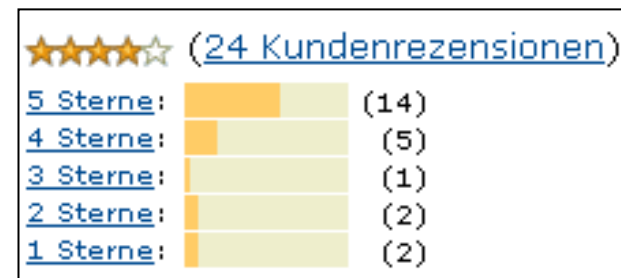
- ▶ aktuell erfolgt immer häufiger die Integration von Smart Tags in viele Gegenstände aufgrund der preisgünstigeren Produktion
- ▶ Gegenstände „kennen ihren Kontext“ und bringen sich in Informations- und Produktionsketten ein
- ▶ dadurch entstehen völlig neue Serviceangebote



<http://pyromide.de/category/design/>

## 5. Inhalte kommen von immer mehr Contentlieferanten

- ▶ Menschen lesen / hören / sehen überwiegend von „normalen Menschen / Nutzern“ generierte Meinungen und Meldungen
- ▶ es gibt ein akzeptiertes Bewertungssystem für alle Inhaltlieferanten (z.B. ähnlich dem eBay Käufer-Verkäufer-Wertungssystem)
- ▶ Reporter, Journalisten und Lektoren arbeiten immer mehr qualitätssichernd und aggregierend



www.amazon.de

## 6. Information Security

- ▶ die Sorge um die eigenen Daten steht für viele Menschen an erster Stelle und zugleich den vielen Angeboten im Internet gegenüber
- ▶ der Überblick und das Sicherheitsgefühl zur Verwendung eigener Datenspuren sinkt auf einen Tiefstpunkt
- ▶ „Privatheit“, Informationszugang und Kontrolle sind wesentliche Treiber der Weltwirtschaft
- ▶ die Aus- und Weiterbildung, Beratung sowie Dienstleistungen rund um das Thema „Information Security“ entwickeln sich zu einem wichtigen Geschäftsfeld



## 7. Medien- vs. Programmmarken

- ▶ Medienmarken verschwinden allerdings nicht vollständig, sondern entwickeln sich zu Dachmarken und Qualitätsaggregatoren (Vorbild: P&G)
- ▶ Sender- und Kategoriemarken erlangen wachsende Bedeutung (z.B. DSDS, Tagesschau, Aspekte,...)



<http://www.wahrheiten.org/blog/2008/12/31/was-bringt-uns-2009-die-wahrheiten-in-der-tagesschau/>



<http://www.airgamer.de/bilder/handygame/deutschland-sucht-den-superstar-2009.html>

## 8. Einbindung von Nutzern

- ▶ heute steht bei der Meinungsbildung die Information in UGC-Plattformen noch an zweiter Stelle → 2019 wird sie bereits an erster Stelle stehen
- ▶ die Einbindung von Nutzern bei der Contententwicklung eröffnet neue Chancen für Medienhäuser, da die eigene Fertigungstiefe / Kostenstruktur reduziert werden kann
- ▶ viele Menschen bringen sich aktiv ein: von eBusiness to me Business to eBusiness



[http://www.uni-ulm.de/biometrie-bumd/viktor/software\\_sas.html](http://www.uni-ulm.de/biometrie-bumd/viktor/software_sas.html)

## 9. Medienformate reduzieren sich

- ▶ einige der renommiertesten Verlage drucken ihre Zeitungen nicht mehr oder nur noch reduziert
- ▶ für 1 \$ werden inzwischen iPaper Reader an Stammleser und Abonnenten verteilt
- ▶ News werden auf digital paper gelesen, nach Abrufverbrauch bezahlt und es gibt ein “update on the go“ Angebot



<http://news.digitaltrends.com/news-gallery/18050/sony-adds-touch-led-light-to-e-reader>

## 10. Der Werbemarkt

- ▶ der „Mobile Media“ Werbemarkt ist größer als alle anderen Channels (TV, Print, Radio) zusammen
- ▶ Marketing und Werbung verändern sich von push-Marketing (one to many) hin zu Transparenz-Marketing und
  - ▶ wird mehr zur intelligenten Informationsquelle und
  - ▶ geht weg von der manchmal abgehobenen und nervigen Brüllbotschaft



Quellen: [www.washable.com/2009/06/01/social-media-future-tech/](http://www.washable.com/2009/06/01/social-media-future-tech/)  
[www.mocom2020.com/2009/05/mocom2020-future-vision/](http://www.mocom2020.com/2009/05/mocom2020-future-vision/)

# Kontakt

**Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer**

**Wissenschaftlicher Direktor**

schildhauer@ieb.net

**Institute of Electronic Business e.V.**

An-Institut der Universität der Künste Berlin

Hardenbergstraße 9A, 10623 Berlin

+49-30-7262983-0 [www.ieb.net](http://www.ieb.net)

**Besuchen Sie das IEB auch auf**



## Besuchen Sie das IEB auch auf:

**facebook**

[http://www.facebook.com/profile.php?id=1167382044&v=feed&story\\_fbid=94826022726#/pages/Berlin-Germany/Institute-of-Electronic-Business-IEB-eV/81935618197?sid=85595a4e48a31f4198d5e48ae57300e4&ref=search](http://www.facebook.com/profile.php?id=1167382044&v=feed&story_fbid=94826022726#/pages/Berlin-Germany/Institute-of-Electronic-Business-IEB-eV/81935618197?sid=85595a4e48a31f4198d5e48ae57300e4&ref=search)

**You Tube**

<http://www.youtube.com/user/IEB1999>

**XING**

<https://www.xing.com/net/ieb/>



[http://de.wikipedia.org/wiki/Institute\\_of\\_Electronic\\_Business](http://de.wikipedia.org/wiki/Institute_of_Electronic_Business)

**twitter**

[http://twitter.com/IEB\\_Berlin](http://twitter.com/IEB_Berlin)