

Filmfest Hamburg, Media Desk Deutschland
Hamburg, 29. September 2007

Lebenswelten 2017: Fernsehavatare, Harald-Schmidt-Taste am Handy und YouTube auf der Fernbedienung

von Sven Gábor Jánoszy, Leiter des forward2business-ThinkTanks



1. forward2business-ThinkTank
2. Tiefen-Trendanalyse
3. Szenario „Lebenswelten 2017“
4. Trendanalyse: Fernsehrevolution
5. Fernsehrevolution: Die nächsten Schritte
6. Watchlist: Avatare und 3D Internet
7. Watchlist: Behavioral Targeting, Emotional Profiling
8. Watchlist: Lokalisierung
9. Watchlist: Social Commerce
10. Geschäftsmodelle der Zukunft für Ihr Unternehmen?

Für kontinuierliche Informationen
über Geschäftsmodelle der Zukunft
abonnieren Sie den kostenlosen
forward2business-Storyletter unter:

www.forward2business.com

1. forward2business-ThinkTank: Topmanager entwickeln Zukunftsmodelle für 2017

Der forward2business-ThinkTank ist bekannt für seine radikalen Zukunftsdebatten. Der „innovativste Business-ThinkTank Deutschlands“ versammelt alljährlich 200 Manager und entwirft Business-Szenarien für die kommenden 10 Jahre. Sein Focus: „Geschäftsmodelle der Zukunft“. forward2business-Erfinder Sven Gábor Jánosky (34) coacht Manager in Seminaren und inhouse, mit eigenem Zukunftsmanagement ihre Geschäftsmodelle der Zukunft zu entwickeln.

Seit 2002 versammeln sich alljährlich Deutschlands innovativste Medien- und Marketingmanager auf der Burg Giebichenstein in Halle (Saale), um über das Leben im Jahre 2017 und die daraus entstehenden Geschäftsmodelle zu debattieren. Er ist mit seiner hochrangigen und branchenübergreifenden Teilnehmermischung einmalig.

In diesem Jahr waren Gäste unter anderem IBM-Deutschlandchef Matthias Hartmann und MTV-VicePresident Alexander Duphorn. Während des zweitägigen ThinkTanks debattierten Top-Medienmanager von ZDF, RTL, WDR, MDR, Bauer Verlag, Burda Verlag, Axel Springer Verlag mit den Shootingstars von MySpace, Fon und Euro1 AG sowie den Zukunftsforschern von Siemens, Volkswagen, BMW, Swisscom, SAP, AirLiquide, Sennheiser, Henkel und Sony. Die kreativsten deutschen Werbeagenturen werden durch die Vorstände von TBWA, JungvonMatt, Exozet, Pixelpark und OgilvyOne vertreten.



Prof. Dieter Gorny, Vorstand Phonoakademie, Ex-VIVA, MTV



Prof. Thilo Kleine, CEO Antares Film, Ex-Vorstand Bavaria, Film



Prof. Dr. Karlheinz Brandenburg, MP3-Erfinder, Direktor Fraunhofer IDMT



Matthias Hartmann, CEO IBM Deutschland



Jacob Sylvester Bilabel, Marketingchef MySpace Germany



Jochen Rausch, Programmchef EinsLive, WDR



Lydia Aldejohann, VicePresident Strategy Nokia Siemens Networks



Alexander Duphorn, VicePresident Brand Solutions MTV, Viacom



Wolfgang Müller-Pietralla, Leiter Zukunftsforschung Volkswagen



Weihbischof Dr. Heiner Koch

2. Tiefen-Trendanalyse

Die Kompetenz von forward2business ist das Expertenwissen des Netzwerkes. Wir führen jährlich bis zu 300 Intensiv-Experteninterviews mit den Teilnehmern des ThinkTanks. Anhand des entstehenden Trendradars, analysieren wir Trends auf Ihr Potenzial für Geschäftsmodelle der Zukunft – wir bewerten das Zukunftspotenzial von Trends.

Der Unterschied zu anderen Trendforschern: Wir entwerfen keine Trends. Wir untersuchen Trends strikt auf ihr Business-Potenzial für „Geschäftsmodelle der Zukunft“. Der Maßstab dafür sind geschlossene Eco-Cycles: Ein Trend wird nur dann relevant für Unternehmen, wenn die umgebenden Rahmenbedingungen stimmen: Technologie, Forschungsstand, Zulieferer, Partner, Konkurrenten, Peripherie, Preise, Marketingdruck, Kundenbedürfnisse, öffentliche Meinung, politischer und juristischer Rahmen, ... etc.

Durch sein Kontaktnetzwerk von Medien über Technologie Investoren bis zu Marken und Marktführern analysiert forward2business die Zukunftschancen von Trends. Mit dieser Kompetenz führt und begleitet forward2business Innovationsprozesse in Unternehmen, entwirft Produkte der Zukunft und berät bei Investitionsentscheidungen.

3. Szenario „Lebenswelten 2017“

Morgens im Bad:

MusikTV sehen über Monitor im Badspiegel, Badspiegel hat WLAN-Abschluss, TV per Internet übertragen. Wer ist Sender? Gillette TV? NiveaTV? *(schon Cebit 2007: Monitore integriert in Badspiegel, Schrankwände und Betten als Lifestyle-Dekor)*

In der rechten oberen Spiegelecke erscheint Bild meines Freundes. Er sieht auch das neue Video und wir plaudern ein bisschen beim kämmen. *(Community-TV-System bei Siemens schon vor 2 Jahren entwickelt.)*

In der rechten unteren Spiegelecke erscheint mein Wett-Broker und bietet mir ne Wette an. Er hat mitbekommen, dass ich jetzt eine Marathonlauf-Übertragung schaue und will, dass ich wette, ob die jetzige Führungsgruppe bei km 35 auch noch zusammen ist. *(Hybrid TV mit übergeblendete Zusatzdiensten kommt Ende 2007)*

Ich gehe aus dem Haus und sehe die Marathonübertragung weiter, projiziert in meine Sonnenbrille.

Tagsüber im Büro:

Im Büro angekommen bin ich ein bisschen spät. Die Morgensitzung hat schon begonnen. Ich stelle ich mit einiger Verwunderung fest, dass der Fernseher fehlt. Natürlich fehlt er nicht, aber ab jetzt werden die ersten Konferenzräume mit einer neuartigen Lichttapete ausgestattet. Textilien werden elektronisch angesteuert und zum



Leuchtende Fasern by Philips, IFA 2005

Leuchten gebracht. Nun wird durch Tapeten das Licht im Raum gesteuert. Lampen gibt es nicht mehr, TV-Geräte auch nicht. Sie sind in der Tapete.

Auf dem Monitor selbst heißt der neue Trend: „behavioral-targeted-content“. Der Office Assistent, eine kleine „halbintelligente“ Software, bringt jeden Morgen eine 10 minütige Zusammenfassung über die neusten Geschäftsmodelle in unserer Branche und die letzten Infos über Kunden und Konkurrenten auf den Monitor. Die Software sucht sich das eigenständig aus dem Web heraus. Am Anfang war das noch ein bisschen mühsam, weil der immer falsches Zeug anbrachte, aber da der selbst lernt und jede Auswahl analysiert stimmt das inzwischen sehr gut. Einmal in der Woche bringt uns der Assistent auch eine längere Sequenz zur Weiterbildung. Meist ist das eine Rede aus forward2business TV.

Später am Schreibtisch und Rechner hat die Software die Gestalt eines Avatars. Er ist so etwas wie meine Entertainment-Assistent. Er holt den Musikteppich fürs Büro täglich neu aus dem Internet. Wenn er mich gar zu verbissen sieht, wird er fragen, ob er uns mit einer der weltbesten Comedies oder witzigsten youtube-Filme aufheitern kann. Er sagt mir auch, wenn es eine Liveübertragung von LiveTV gibt. Das ist immer etwas Besonderes und kommt nur vor bei großen Veranstaltungen.

Aber auch ernsthafte Aufgaben kann er erledigen. Wenn ich ihm sage, „bitte besorge mir die Telefonnummer von Jürgen Klinsmann“ – dann tut er das. Entweder aus meiner Datenbank oder aus dem Internet. Und wenn er sie selbst nicht findet, dann wird er im Internet andere Software-Assistenten ansprechen und fragen, ob sie diese Telefonnummer haben und ihm geben oder verkaufen wollen.

Kurz vor dem Mittagessen mit Kollegen holen wir uns kurz die aktuelle Tagesschau aufs Handy. Das Handy hat eine Tagesschau-Taste. Und eine Harald Schmidt Taste. Zum Mittag mit Kollegen nehme ich meinen Software-Assistenten mit in der Uhr. sich mein Assistent aus der Armbanduhr mit einem besonders guten Fund meldet, sind wir beide die Stars der Mittagspause.

Von der Mittagspause zurück habe ich ein paar wichtige Meetings. Die finden in der virtuellen Welt statt. Der Vorteil, wir können gemeinsam an Entwürfen und Texten arbeiten, können den anderen sehen und gesehen werden. Ab und zu kommt auch mein Sohn vorbei. Der sitzt zwar in der Schule aber er springt mit seinem Avatar gern mal zu mir rüber und hört uns ein bisschen zu.

Abends zuhause:

Auf dem Nachhauseweg im Bus habe ich mir zum entspannen das Konzert meiner Lieblingsband geholt. Kennen Sie noch New Model Army? Die haben gestern Abend in New York gespielt, erstmals seit 20 Jahren. Das muss ich sehen – also schaue ich das auf den in die Aktentasche integrierten Bildschirm.

Wenn ich nach Hause komme, ist der kleine meiner Söhne wiederum nicht da. Es gibt eine neue Mode das sind Mobile Spiele die die reale Welt und die virtuelle Welt integrieren. Diese Spiele laufen nicht mehr auf dem Handy, sondern auf der Sonnenbrille – da schaut

man durch und sieht die normale Welt, gleichzeitig wird aber das Spiel mit seinen virtuellen Figuren in die reale Welt hinein projiziert. Das Spielfeld ist auch die normale Welt, also unsere Stadt. Und so kaufen die Kleinen durch die Gegend und spielen wieder auf der Straße.

Der Kleine ist also nicht zuhause. Aber in der Wohnung gibt's trotzdem einen Höllenlärm. Der Große hat unser Wohnzimmer quasi nach Ibiza gebeamt. Auf der Screenshotwand – was früher der Fernseher war, sieht man das Innenleben eines Clubs auf Ibiza. Und wie ich mitkriege steht der beste Freund meines Sohnes gerade in diesem Club hat seine Brille auf, in die eine Kamera integriert ist. Alles was der Freund in Ibiza sieht, ist auch bei uns im Wohnzimmer zu sehen. Sie können sich vorstellen, worüber die zwei Pubertierenden da reden und lachen. Übrigens der Junge in Ibiza, der sieht meinen Sohn natürlich auch, beziehungsweise den Avatar meines Sohnes. Der wird in die reale Umgebung in dem Club in Ibiza hinein projiziert.

Ich mache dem Chaos erstmal ein Ende und frage nach Schularbeiten – wie das Väter so machen. Da sagt mein Sohn: „Papa ich hab was nicht verstanden. Die Lehrerin hat heute über Fernsehen geredet. Was ist denn Fernsehen?“

Ich: *Fernsehen wurde vor 60 Jahren erfunden. Da gab es noch so große Kästen im Wohnzimmer und dahin wurden Bilder übertragen, die gerade an einem anderen Ort der Erde passiert sind. Später dann wurde nicht mehr übertragen, was sowieso passiert ist, sondern da wurden Leute in ein Studio eingeladen und die haben dann über Dinge geredet, die keinem normalen Mensch jemals passieren.* Mein Sohn schaut mich verständnislos an: *„Dann war das Fernsehen damals also eine virtuelle Welt?“*

Ich: *„Ja das war es wohl und man konnte auch nicht das schauen was man wollte, sondern das Fernsehen brachte nur das, was Günter Struve der Programmdirektor der ARD wollte.“*

Ratloses Gesicht bei meinem Sohn. Und als ich gerade erklären will, das Günter Struve kein Diktator war sondern nur versucht hat, den Spagat zwischen Massengeschmack und Programmauftrag hinzukriegen, da sagt mein Sohn: *Was ist denn die ARD?*

Er hat früher zwar Sendung mit der Maus geschaut, der schaut auch die Tagesschau. Aber er schaut immer Sendungen, die ihm sein Softwareassistent zusammenstellt. Der sucht bei der Masse der Anbieter von Filmen und Nachrichten, Musik und Games, Live-Sport und Soaps in der virtuellen Welt jeweils das individuell gewünschte Programm zusammen. Von welchem Produzenten diese Sendung kommt ist völlig egal. Gleichzeitig treten bisherige Medienmarken in den Hintergrund. Es gibt keinen Sinn mehr für ARD, ZDF, RTL oder SAT1. Der Begriff Fernsehen wird kaum noch benutzt.

To remember!

- Trends:
- * Avatare und 3D-Internet
 - * Fernsehrevolution
 - * Behavioral Targeting und Emotional Profiling
 - * Lokalisierung
 - * Social Commerce

4. Trendanalyse: Fernsehrevolution

Vier wesentliche technologische Neuerungen der kommenden Jahre:

1. bewegte Bilder und Filme werden in Echtzeit über das Internet verbreitet ohne erkennbare Qualitätsunterschiede zum heutigen Fernsehen.
2. Wohnzimmerfernseher erhält Internetanschluss (später Küchenradio, Badspiegel und Kinderzimmerbett, Autoradio, Handy, Uhrenarmband, Mützen, Mäntel)
3. Community-Technologien und Telefonie werden in das Fernsehen integriert
4. Zusatzdienste die auf dem laufenden TV-Programm basieren aber von dritten Anbietern stammen, werden auf die laufende Sendung aufgeblendet. (HybridTV)

Was folgt daraus?

1. Auf dem Fernseher sind tausende Sender aus aller Welt gleichrangig. Die Exklusivität der bisherigen Fernseh- und Radiosender ist passé. Denn auf meine Monitore kommen über Internet alle Programme aus aller Welt in gleicher Qualität.

2. Fernsehnutzung auf Abruf hält Einzug. Ich rufe mir die interessanten Sendungen dann ab, wenn ich sie wirklich anschauen will

Was folgt daraus?

Ich schaue TV wo immer ich möchte in gleicher Qualität und es ist weder erkennbar noch relevant, auf welchem Weg das Fernsehsignal auf meinen Monitor kommt.

ABER: unüberschaubares Chaos von tausenden angebotenen Sendungen

Was folgt daraus?

Es wird eine intelligente Software entwickelt (Suchmaschine) die die individuellen Fernsehvorlieben ihres Besitzers kennt (Profiling) und ein entsprechendes individuelles Fernsehprogramm zusammenstellt.

Was folgt daraus?

Diese Suchmaschine wird (bei entsprechendem Marketing) jeden Sendungsschnippel finden können und in das individuelle Programm einprogrammieren können. Plötzlich ist jeder YouTube-Anbieter ein Fernsehsender. Es werden tausende neuer Internetfernsehsender entstehen. Ernst zu nehmen sind insbesondere die neuen Sender der großen Marken, die einen bereits bestehenden Markennamen nutzen. (BSP: Audi TV, US-Brauerei Budweiser investiert 10% des Marketingetats in Entwicklung von 5 IPTV-Sendern, Red Bull plant eigenen IPTV Sender,)

Auch bisherige PC oder Konsolenspiele sind plötzlich auf dem Wohnzimmerfernseher und allen anderen Geräten. YouTube, SecondLife etc werden zu direkter Konkurrenz des Fernsehens. Fernbedienung wird keine Sendertasten mehr haben, sondern Thementasten, SecondLife-Taste, YouTube-Taste ...

5. Fernsehrevolution: Die nächsten Schritte

Deutschlands sonst so visionäre Consulter haben ein Problem! Wir sehen die Zukunft vor lauter Visionen nicht. Wir halten YouTube und IPTV für die Zukunft des Fernsehens und schauen doch nur auf die Gegenwart. Auf der Cebit waren Fernseher integriert in Badspiegel, Schrankwände und Betten keine Sensation mehr, sondern Lifestyle-Dekor. Mit YAVIDO hat sich das MusikTV neu erfunden. Von FC Bayern bis Budweiser haben die großen Markenunternehmen eigene IPTV-Sender. Auch YouTube und SecondLife sind neues Fernsehen. Wenn wir also die Gegenwart schon für die Zukunft halten, wie soll man dann über die wirkliche Zukunft reden? Lassen Sie es uns versuchen. Aber Vorsicht: Die nächsten Minuten werden zu den schwierigeren am heutigen Tag gehören.

2012: Communityfernsehen in Sonnenbrillen und Badspiegeln

Versuchen wir es zuerst mit einem Zeitsprung um fünf Jahre. Stellen Sie sich Olympia 2012 in London vor. Unsere TV-Geräte werden noch breiter sein, Monitore werden in Möbel, Badspiegel und Sonnenbrillen integriert sein. Wir schauen Olympia wo immer wir wollen, denn es werden die ersten Spiele sein, die nicht mehr über Fernsehfrequenzen sondern über Internet übertragen werden. Peer-to-Peer-Systeme schaffen Effizienz. Jeder Badspiegel hat einen WLAN-Empfänger. Die Folge: Unendliche viele Angebote an Sendungen.

Wenn heute ein Formel-1-Rennen läuft dann sitzt mein Freund vor dem Fernseher und führt ein Dauertelefonat mit seinem Freund, der am anderen Ende der Stadt auch vor dem Fernseher sitzt. Beide kommentieren das Geschehen, das sie getrennt sehen. Bei Olympia 2012 werden sie nicht mehr telefonieren. Dann sieht er seinen Freund in der rechten oberen Ecke des Bildschirms und redet via Fernsehen mit ihm. In der rechten unteren Ecke checken beide gemeinsam gute Webseiten. Diese Communitysysteme des TV 2012 sind heute schon entwickelt.

Und noch etwas ist anders. Quasi über das Fernsehbild drübergelegt gibt es Zusatzdienste: Wetten, Werbung, Shoppingangebote. Dieses Ineinander-Mischen von zwei Diensten auf einem Bildschirm können wir selbst steuern. Fernsehsender und Wettanbieter müssen nichts miteinander zu tun haben. Es entsteht ein neuer Markt für Geschäftsmodelle die das aktuelle Fernsehbild als Grundlage nutzen.

2017: Fernsehavatare, Fernsehtapeten und die Anarchie der Programme

Weitere fünf Jahre später werden wir erstmals feststellen, dass der Fernseher fehlt. Natürlich tut er das nicht, aber jetzt werden die ersten Wohnungen mit einer neuartigen Lichttapete ausgestattet. Was vor 10 Jahren schon im Labor möglich war, ist nun serienreif. Textilien werden elektronisch angesteuert und zum Leuchten gebracht. Nun wird durch Tapeten das Licht im Raum gesteuert. Lampen gibt es nicht mehr, TV-Geräte auch nicht. Sie sind in der Tapete.

Auf dem Monitor selbst heißt der neue Trend: „behavioral-targeted-content“. Wir werden lange darüber nachgedacht haben, wie wir eine Ordnung in die entstandene Anarchie der Sendungen bringen können. Die Lösung sind „halbintelligente“ elektronische Assistenten, die unser Nutzungsverhalten am Wohnzimmerfernseher, Computer und Handy beobachten. Automatisch ziehen sie Schlussfolgerungen über unsere Themenvorlieben und stellen das Fernsehprogramm nach diesen Vorlieben zusammen. Wir selbst sind souverän ge-

worden im Umgang mit unseren Daten. Nicht irgendeine Firma sammelt diese persönlichen Informationen über uns, sondern wir selbst. Und jeder einzelne kann bestimmen, wem er sein Profil zur Verfügung stellen will. Im Gegenzug gibt es handfeste Vorteile: 1. Geld und 2. bekommen wir ein Fernsehprogramm das uns wirklich gefällt.

Mit dieser Entwicklung hängt auch die erstmalige Einführung des „Avatar“-Knopfes auf der Fernbedienung zusammen! Künstliche Intelligenz kommt auf den Fernseher. Vor 20 Jahren hatte man in Science-Fiction-Filmen noch prophezeit, dass jeder Mensch seine persönliche Roboter-Blehbüchse als Assistent haben wird. Dazu wird es nicht kommen. Der persönliche Assistent wird eine Software sein, die je nach Aufenthaltsort ihre Form wechselt. Zuhause ist sie als Avatar auf dem Fernsehmonitor sichtbar, unterwegs steckt sie in der Armbanduhr, Sonnenbrille oder im Jackenärmel. Werden wir 500 Jahre nach Luthers Thesenanschlag in Wittenberg (1517) halbintelligente Avatare als Teil unseres Ichs akzeptieren?

Dank unserer Fernsehavatare wird Live-TV nur noch ganz selten nötig sein. Etwa bei der Liveübertragung von Großereignissen aus der realen Welt. Ansonsten holt der Avatar den Musikteppich fürs Büro täglich neu aus dem Internet. Wenn er uns gar zu verbissen sieht, wird er fragen, ob er uns mit einer der weltbesten Comedies oder witzigsten youtube-Filme aufheitern kann. Kurz vor dem Mittagessen mit Kollegen holen wir uns kurz die aktuelle Tagesschau aufs Handy. Wenn sich der Avatar aus der Armbanduhr mit einem besonders guten Fund meldet, sind wir die Stars der Mittagspause. Auf dem Nachhauseweg im Bus holen wir uns die Lieblings-Soap zum Entspannen auf den in die Aktentasche integrierten Bildschirm. Und abends gibt's nach Lust und Laune die großen Filme auf der Screentapete.

2022: Fernsehen ohne Sender

Im Jahr 2022 wird von Fernsehen keine Rede mehr sein. Neben der realen Welt gibt es eine virtuelle Welt, die aussieht wie eine Symbiose aus SecondLife und dem 2D-Internet. Die Screentapete sind eines unserer Fenster in diese virtuelle Welt. Unsere Helfer in der virtuellen Welt sind elektronische Fernsehavatare, die künstlicher Intelligenz besitzen. Der Schutz meines Avatars von falschen Informationen und Manipulation, Krankheit und Viren, seine Pflege, Updates und gutes Aussehen sind ebenso wichtig wie diese mein eigenes Wohnbefinden. Es entsteht ein neuer Markt für Avatare.

Gleichzeitig treten bisherige Medienmarken in den Hintergrund. Es gibt keinen Sinn mehr für ARD, ZDF, RTL oder SAT1. Denn das beste Programm stellt mein Avatar zusammen. Er sucht bei der Masse der Anbieter von Filmen und Nachrichten, Musik und Games, Live-Sport und Soaps in der virtuellen Welt mein Programm zusammen. Der Begriff Fernsehen wird kaum noch benutzt. Er wird auf die Liste der schützenswerten Worte aufgenommen.

Mit der Verschmelzung von realer und virtueller Welt, entstehen auch Pilotprojekte, in denen sich das Fernsehen mit dem menschlichen Körper synchronisiert. Inzwischen hat man schon häufiger davon gehört, dass einige Menschen ihr persönliches Tagebuch mit elektronischen Chips führen. Zuerst saßen diese Chips noch in der Brille und filmten den Tag. 2012 möchten Forscher aus Effektivitätsgründen dazu übergehen, die Chips zu implantieren. Diese Diary-Chips des persönlichen Tages synchronisieren sich nun mit dem aktuellen Weltgeschehen via Fernsehen. Wohin die Entwicklung führt ist noch nicht ab-

sehbar. Die Tür für die Verbesserung des menschlichen Körpers durch Technologie ist gerade erst aufgestoßen. Vielleicht kommt irgendwann auch das Fernsehen von der Wand direkt in den menschlichen Körper. Aber das ist wirklich Fernsehen der Zukunft.

6. Watchlist! Avatare und 3D Internet

Exakt ein Jahr ist es her, da schreckte ein Redner die Manager des forward2business-ThinkTanks mit einer unglaublichen Vision: Es entstehe eine virtuelle Welt „SecondLife“, in der sich in 5-10 Jahren reales Geld verdienen lasse, weil die Geschäftsmodelle der realen Welt integriert würden. Guntram Gräf hieß der forward2business-Redner, der keine 9 Monate später als erster SecondLife-Millionär durch die Presse ging. Dass er –Hype sei Dank!- so schnell ausgesorgt haben würde, konnte damals keiner wissen.

Das SecondLife ist der Beginn einer Entwicklung des Internet zu einer 3D-Welt. Es gibt über 9 Millionen angemeldete user. Davon sind jederzeit 30000 – 40000 gleichzeitig „in-world“. SecondLife ist ein Markt für reale Dienstleistungen und Verkäufe. Der tägliche Umsatz beträgt derzeit über 1 Million reale US-Dollar. Über 15000 Unternehmen sind in SecondLife präsent, darunter die größten Konzerne der Welt.

SecondLife selbst hat Schwächen. Die Technologie ist 6 Jahre alt und führt zu Problemen.

Einig sind sich die Trendforscher aber, dass die Businesswelten in 5 Jahren eine Mischung aus realer und virtueller Welt sein werden. Diese wird vermutlich nicht SecondLife heißen. Schon heute arbeiten weltweit 8 ernstzunehmende Unternehmen an neuen virtuellen Welten, die noch in diesem Jahr zusätzlich zu Second Life auf den Markt kommen werden. Das Internet wird künftig zu großen Teilen so aussehen wie heute SecondLife. Das weltweit renommierteste Trendforschungsinstitut Gartner rechnet damit, dass bis 2011 80% aller Internetuser als Avatare in virtuellen Welten unterwegs sein werden.

In 10 Jahren wird es für unsere Kinder normal sein, einen Avatar zu haben. Sie werden mit ihm aufwachsen. Sie werden sich mit ihm in der 3D-Internetwelt bewegen und von einer virtuellen Welt zur nächsten springen.

Ungeklärte Frage: Was bedeutet es für die Gesellschaft, wenn der persönliche Avatar zum Ich-Bewusstsein der Menschen dazugehört? Entsteht ein neuer Markt, weil Avatare ebenso wie Menschen cool sein müssen, gut aussehen müssen, einen guten Musikgeschmack haben müssen, sicher vor Überfällen sein müssen und immer mehr lernen müssen?

7. Watchlist: Behavioral Targeting und Emotional Profiling

Unter dem Begriff „Profiling“ und „Behavioral Targeting“ prägt eine technologische Softwareentwicklung die Onlinebranche der kommenden Monate:

Das Onlineverhalten von Usern wird beobachtet, in Echtzeit analysiert und ausgewertet. Ein banales Beispiel: Ich schaue mir auf 3 aufeinander folgenden Internetseiten jeweils die

Fotos von Frauen an. Die Software schlussfolgert: Ich bin ein Mann und bietet mir auf der 4. Seite keine Waschmittelwerbung sondern Automobilwerbung.

In Deutschland sind bereits 2 Firmen aktiv, die für große Markenkonzerne diese effiziente Art des Onlinemarketings betreiben. Die Effektivitätssteigerungen liegen bei 300%.

Diese Art des Profilings wird in den kommenden 2 Jahren nicht nur für die personengezielte Ausspielung von Werbebannern sondern auch für die individuelle Gestaltung von Onlinencommunities und Onlineshops entscheidend.

In 5 Jahren wird diese Art des Profilings/Targetings auch für andere Medienarten (insbesondere Fernsehen) genutzt werden.

Eine besondere Qualität bekommt diese intelligente Software, wenn Sie mit einer „menschlichen“ Gestalt verbunden wird. Wenn sie durch die aus SecondLife bekannten Avatare (oder Gamesfiguren, Comicfiguren) verkörpert wird, entstehen für Nutzer wirkliche persönliche Assistenten, die jenen Blechrobotern nahe kommen, die in den 80er Jahren in ScienceFictionFilmen die Zukunftsvisionen bestimmten.

In der weiten Perspektive über die nächsten 10 Jahre hinaus, können diese Avatarassistenten weitere Funktionen im Leben übernehmen. Sie werden uns ständig begleiten (zuhause auf dem Screen, unterwegs in der Armbanduhr, Armreif, Brosche ...im Büro auf dem Laptop ...) und werden einfache Tätigkeiten erfüllen. Mein Avatar wird wissen in welchem Gemütszustand ich bin und entsprechend reagieren. Er wird meine Termine und Telefonate koordinieren. Er wird sich melden, wenn ich meine Aktien verkaufen muss, wenn mein openbc Flirt sich gemeldet hat und wenn bei Ebay Karten für das Lieblingsmusical meiner Freundin zu haben sind. Er wird die Stelle sein, an der reale Welt und virtuelle Welt zusammen wachsen.

To remember!

1. Communities basieren bislang oft auf dem kleinsten gemeinsamen Nenner. Künftig wissen Sie mehr über Community-Mitglieder. Sie werden von der Zielgruppe zu Zielpersonen. Detailgenauere Kooperationen mit Nachbar-Communities werden möglich. Ebenso wichtig wie Community-Pflege wird das Schnittstellenmanagement zwischen benachbarten Communities.
2. Bisher wissen Sie, wie sie ihre Themen an die Kunden bringen. Sie kennen die wichtigsten Gatekeeper: Agenturen und Senderchefs. Doch für künftige Communities müssen sie neue Partner kennen lernen. Die wichtigen Leute für Sie sind jene, die jetzt diese intelligente Software und die Avatare programmieren. In 10 Jahren sind nicht mehr Senderchefs die Gatekeeper zu dem Entertainmentprogramm der Menschen sondern persönliche Software-Avatare.
3. Community-Software verstärkt die Möglichkeiten, Kunden/Communitymembers in Geschäftsprozesse zu integrieren. Kunden designen/werben/vertreiben und verdienen Geld in Ihrer Community (Social Commerce)

4. Softwareassistenten haben anfangs das Problem, dass sie unter Nutzern wenig Vertrauen und emotionale Bindung hat. Deshalb werden Personen als Avatare wichtig, die diese enge emotionale Bindung zu ihren Fans/Zielgruppen haben. Hier entsteht eine neue Vermarktungsform für Popstars und Radiomoderatoren. Für das Radio könnte dies eine der wenigen Zukunftschancen sein.

8. Watchlist: Lokalisierung

Kennen Sie Lokalisten?
Kennen Sie Yumondo?

9. Watchlist: Social Commerce

Kennen Sie Sonopia?
Kennen Sie Spreadshirt?
Kennen Sie Jobleads?

10. Geschäftsmodelle der Zukunft für Ihr Unternehmen

Der forward2business-ThinkTank bietet **offene Zukunftsseminare, Inhouse-Coaching zum Zukunftsmanagement** und **Zukunftsreden** an.

Wir helfen Ihnen bei Investitionsentscheidungen mit unabhängigen Perspektivanalysen Ihrer Zukunftsmodelle.

Gemeinsam mit einer der besten Business Schools Deutschlands führen wir Sie von der Trendanalyse über die Produktentwicklung bis hin zur Implementierung von Zukunftsmodellen in Ihr Unternehmen.

Wir trainieren Ihre Mitarbeiter in Trenderkennung und richten Ihr Trendlabor intern oder extern ein.

Deutschlands innovativster Business-ThinkTank & eine der führenden Business Schools Deutschlands präsentieren

Das Innovationsprogramm für Ihr Unternehmen

Zukunftstrends erkennen, kreative Strategien entwickeln

Sie können die Innovationskraft, das Trendwissen und die Businesskontakte von forward2business für Ihr Unternehmen buchen. Mit dem exklusiven Wissen und den Kontakten des innovativsten deutschen Business-ThinkTanks bringt forward2business die Innovation zu seinen Kunden. Zum effektiven Transfer unseres Know-Hows coachen wir Sie exklusiv mit einer speziell entwickelten Methode. Mit einer der führenden Business Schools Deutschlands, der Handelshochschule Leipzig (Karriere Ranking 2007) haben wir die „forward2business HHL Executive Future Sail“ entwickelt. Sie ist ein Inhouse-Coachingangebot für Ihr Unternehmen.

Erfahren Sie, wie Sie Trends erkennen und bestmöglich nutzen. Lernen Sie, wie Sie Ideen finden und erfolgreiche Geschäftsmodelle entwickeln. Unsere Referenten kommen zu Ihnen und entwickeln mit Ihren Mitarbeitern Geschäftsmodelle der Zukunft.

Dieses Angebot ist Inhouse in Ihrem Unternehmen als auch an Bord des größten derzeit fahrenden Segelschiffes der Welt „Sedov“ buchbar. Auf einer 3-Tages-Segeltörn an Bord des Windjammers optimieren Ihre Mitarbeiter nicht nur ihr Innovationsmanagement, sondern trainieren optimales Teamwork hoch oben in den Masten mit den russischen Kadetten. Wir garantieren Ihnen ein einzigartiges Teamerlebnis.



Ihre Incentive-Location: Sedov

Lassen Sie sich ein unverbindliches und kostenloses Angebot machen.

Die forward2business HHL Executive Future Sail besteht aus 3 Modulen:



Modul 1: Trendanalyse

Im Eröffnungsworkshop lernen Sie und Ihre Mitarbeiter die Mega-Trends der Gesellschaft und ihre Branchentrends. Sie werden erfahren, wie sie selbst ein effektives Trendmonitoring einführen und die relevanten Trends für Sie nutzbar machen. Sie analysieren Geschäftsmodelle der Zukunft aus der Medien- und Entertainmentbranche, Onlinevertrieb und Onlinemarketing sowie Lifestylemarken und ziehen Schlussfolgerungen für Ihre Geschäftstrends der Zukunft.

Workshopleiter:
Referenzen:

Sven Gábor Jánosky, Zukunftstrainer, Leiter forward2business-ThinkTank Strategieconsulting Burda Medien Park Verlage, Deutsche Telekom, Coaching MDR und Saarländischer Rundfunk, Reden bei Popkomm, Medienforum NRW, Managementforum Starnberg, Lehraufträge an Universitäten Leipzig und Greifswald



Modul 2: Vom Trend zur Produktidee

Kreativität ist erlernbar. Kreatives Denken beruht auf Techniken und bewussten Brüchen ihrer Denkroutinen. Wie haben die Erfinder der größten Geschäftsmodelle der Geschichte gedacht? Wieso kam Thomas Edison zur Glühbirne und 2000 weiteren Patenten? In einem Workshop trainieren unsere Kreativ-Coaches Ihre Mitarbeiter in Kreativtechniken nach dem Edison-Prinzip. Aufbauend auf den im ersten Workshop analysierten Trends, entwickeln wir mit Ihnen jene Geschäftsideen, die Ihr Business zukunftsfähig machen.

Workshopleiter:
Referenzen:

Jens-Uwe Meyer, Kreativtrainer des forward2business-ThinkTanks Strategiecoaching Deutsche Bahn AG, Swisscom Mobile, Novartis, ARD



Modul 3: Von der Idee zum Zukunftsmanagement für Ihr Unternehmen

Bevor eine geniale Idee zum Geschäftsmodell wird, gib t es einen weiten Weg. Vorstände und Finanziere wollen überzeugt, das mittlere Management involviert und Mitarbeiter motiviert werden. Die meisten Geschäftsmodelle scheitern am Beharrungsvermögen der eigenen Unternehmensstruktur. In einem Workshop bereiten wir Ihnen den Weg zur erfolgreichen Implementierung Ihres Geschäftsmodells der Zukunft. Wir coachen Sie in Strategischem Zukunftsmanagement. Bei Bedarf begleiten wir den Implementierungsprozess mittelfristig und kontinuierlich.

Workshopleiter:
Referenzen:

Prof. Dr. Torsten Wulf, Handelshochschule Leipzig, Strategisches Management Ecole Nationale des Ponts et Chaussées, School of International Management Paris, Beratungsprojekte für große mittelständische Unternehmen

Zur Person:

Sven Gábor Jánoszy (34) ist Zukunftstrainer und Leiter des forward2business-ThinkTanks. Der „innovativste Business-ThinkTank Deutschlands“ ist bekannt für seine radikalen Zukunftsdebatten. Er versammelt alljährlich 200 Manager und Vordenker und entwirft Business-Szenarien für die kommenden 10 Jahre. Der Fokus: Geschäftsmodelle der Zukunft. In Seminaren und inhouse coacht Jánoszy Manager und Unternehmen zu Geschäftsmodellen der Zukunft und Zukunftsmanagement.

Sie können Sven Gábor Jánoszy und seine Zukunftsreden für Ihre Veranstaltungen buchen. Ob Seminare, Weiterbildungen, Jahrestagungen oder Abendempfänge, die Zukunftsreden entführen Sie in die Zukunft der Entertainmentwelt. Sie faszinieren, begeistern und inspirieren.

Sven Gábor Jánoszy ist Jahrgang 1973, aufgewachsen in Budapest und Karl-Marx-Stadt. Studium der Journalistik und Politikwissenschaft in Leipzig.

1991 bis 2001 Redakteur, Moderator, Primetime-Anchor und Leiter einer Nachrichtenredaktion in verschiedenen ARD-Radios. Erster Preisträger des Sächsischen Hörfunkpreises 1996. Als Trainer und Berater tätig für den Westdeutschen Rundfunk, den Saarländischen Rundfunk, den Mitteldeutschen Rundfunk, die Landesanstalt für Medien NRW und die Friedrich-Ebert-Stiftung. Von 2000 bis 2002 Fachberater beim Intendanten des MDR zu Zukunftskonzepten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Von 2002 bis 2004 Programmdirektor von "mephisto 97.6". Im Jahr 2003 Aufbauleiter und Programmdirektor des Messeradios der Internationalen Funkausstellung in Berlin "IFA RADIO 2003".



Seit 1999 Lehraufträge bei: Universität Leipzig, Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, MDR Bildungszentrum, Friedrich-Ebert-Stiftung. Jánoszy ist ZFP-Trainer der Zentralen Fortbildung Programm von ARD und ZDF. Veröffentlichungen und Ko-Autorenschaften bei: Bundeszentrale für politische Bildung, Verlag Ölschläger und UVK Medien. Seit 1995 zahllose Reden und Moderationen auf Kongressen und Tagungen.

Gründete 2001 in Leipzig die Medien-Politik-Beratung MDKK Mitteldeutsche Kommunikations- und Kongressgesellschaft, die Politik, Wirtschaft und Medien zu strategischer Neuausrichtung und EU-Politik berät, Kongresse, Incentives und Gala-Abende organisiert.

Gründete 2003 den forward2business-ThinkTank der alljährlich 200 Manager und Visionäre versammelt und die Geschäftsmodelle der kommenden 10 Jahre entwickelt. Als Leiter des ThinkTanks trainiert und berät Sven Gábor Jánoszy Unternehmen und Manager in strategischen Zukunftsfragen und Neuausrichtung auf Geschäftsmodelle der Zukunft.