

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6344/1627393/media-coffee-der-dpa-tochter-news-aktuell-privacy-ist-eine-waehrung-geworden> abgerufen werden.

news aktuell GmbH

media coffee der dpa-Tochter news aktuell: "Privacy ist eine Währung geworden"

08.06.2010 - 11:09 Uhr, news aktuell GmbH

Hamburg (ots) - Privatheit und persönliche Informationen werden mehr und mehr zu einem wirtschaftlichen Wert, so ein Fazit des gestrigen media coffees in München. Gut 300 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten verfolgten die Diskussionsrunde der dpa-Tochter news aktuell mit dem Titel "Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?". Moderiert wurde die Veranstaltung im Haus der Bayerischen Wirtschaft von Kommunikationsberater Klaus Eck.

Für Trendforscher Prof. Peter Wippermann hat die Zukunft bereits begonnen. Der Gründer des Hamburger Trendburos machte das am Umgang der Menschen mit ihrer Privatsphere deutlich. "Die Veroffentlichungszeiten von TV und Rundfunk verschwinden momentan genauso wie die Trennung von Privat- und Arbeitssphere." Dadurch entstehe aber auch für die Verbraucher eine ganz neue Art der Marktmacht, da die Informationen, die die Nutzer preisgeben, einen erheblichen Wert darstellen. "Privacy von Menschen ist eine Währung geworden," stellte der Trendexperte fest. Ob Augmented Reality, also die Verbindung der realen Welt mit dem Kameradisplays eines Mobiltelefons, nach Social Media demnächst der neue maßgebliche Trend im Netz werde, wollte Wippermann nicht prognostizieren. "Es wird noch bis zu sieben Jahre dauern, bis sich das durchgesetzt hat." Außerdem wies er darauf hin, dass in Zukunft Journalisten und Internetnutzer wesentlich gleichberechtigter als heute miteinander umgehen werden. "Das überfordert die traditionellen Medienanbieter momentan noch stark."

Dass Apples iPad eine wichtige Rolle bei der zukünftigen Mediennutzung spielen wird, glaubt Jochen Wegner. "Das iPad elektrisiert mich. Es bietet viele neue Metaphern, wie man mit Inhalten umgehen kann", sagte der Chefredakteur von FOCUS Online. Man müsse sich nicht mehr so viele Gedanken machen, wie das Gerät zu bedienen ist und wie man durch die Informationen navigiert. Andererseits wies Wegner als Onlinejournalist der ersten Stunde darauf hin, dass die so genannten Digital Natives ein Nutzungsverhalten entwickeln, das ganz anders sei als unser heutiger Konsum von Informationen. "Die nächste Mediennutzergeneration wird gar nicht mehr danach fragen, ist das jetzt eine Nachricht im klassischen Sinne oder nicht." Für die Zukunft stellte Wegner kleine intelligente digitale Assistenten in Aussicht, die während ihres Betriebes automatisch die Umwelteinflüsse wahrnehmen, denen sein Besitzer ausgesetzt ist. "Die Geräte werden lernen, was ich von ihnen will."

Auch PR-Experte Helmut Freiherr von Fircks ist von den Vorteilen sozialer Netzwerke überzeugt - besonders von Twitter. "Twitter eignet sich sehr gut dafür, Leute an genau die Orte zu führen, wo die Themen stattfinden. Wie zum Beispiel Messen. Oder auch weiter herunterdividiert auf kleine und kleinste Ereignisse." Der Geschäftsführer der Agentur F&H betonte, dass in der PR eine Neuorientierung stattgefunden hat. "Die tradierten Zielgruppendefinitionen haben heute keinen Wert mehr. Wir sprechen heute eher von Interessengruppen." Auf diese Weise können sowohl junge Erwachsene als auch ältere Menschen zusammengefasst werden, wenn sie sich für das gleiche Thema interessieren. ähnlich sieht es Terry von Bibra. Der Chef von Yahoo! Deutschland wies ebenfalls auf einen grundlegenden Wandel hin: "Zielgruppen wurden früher hauptsächlich danach definiert, wie man sie technisch erreichen kann. Wie zum Beispiel mit dem TV." Für die Zukunft prophezeite von Bibra eine stetig wachsende Bedeutung von Diensten, die den geografischen Standort des Nutzers in die angebotenen Services integrieren, wie es zum Beispiel Foursquare tut. "30 Prozent aller unserer Suchanfragen sind heute location based", berichtete er. Yahoo! selbst soll immer stärker mit sozialen Netzwerken verbunden werden, wie jüngst geschehen mit Facebook. "Wir wollen zum Kern der Online-Welt eines jeden Nutzers werden", kündigte von Bibra an.

Blogbeitrag zum media coffee:

<http://bit.ly/8YCthk>

Echo zum media coffee auf Twitter: <http://twitter.com/#search?q=mediacoffee>

Weitere Termine:

<http://www.mediacoffee.de>

Pressekontakt:

news aktuell GmbH
Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 32843

Fax: 040/4113 - 32855
petersen@newsaktuell.de

Originaltext:

news aktuell GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6344/news-aktuell-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6344.rss2