



Eine Technologie hat es leider heute noch nicht in die tägliche Anwendung geschafft: die des Beamens. «Beam me up Scotty!» kennen wir aus der Science-Fiction-Serie Star Trek oder Raumschiff Enterprise, wie die Serie auf Deutsch hiess. Ich könnte mich sehr für diese Technologie begeistern, denn dann könnten wir uns alle mal schnell inert weniger Minuten nach New York zum Shopping oder nach Kanada zum Skifahren beamen lassen. Schade, dass es diese Technologie noch nicht in unseren Alltag geschafft hat.

Bild: United Archives

# DIESE TECHNOLOGIEN VERÄNDERN DAS MARKETING



WIR NEHMEN HEUTE BEGRIFFE WIE AUGMENTED REALITY, GOOGLE GLASS, VIRTUAL REALITY, NFC ODER CLOUD WIE SELBSTVERSTÄNDLICH IN DEN MUND. DOCH SIND WIR UNS AUCH IMMER BEWUSST, WORUM ES DABEI GEHT UND WELCHES POTENZIAL DIESE FÜR DIE ZUKUNFT BIETEN? TECHNOLOGIEFREAKS, SO WIE DER AUTOR AUCH EINER IST, SIND VON NEUEN TECHNOLOGIEN UND KONZEPTEN MEIST BEGEISTERT. DOCH JE MEHR WIR GEWISSE BEGRIFFE HÖREN UND SELBER IN DISKUSSIONEN NENNEN, DESTO MEHR GLAUBEN WIR SELBER, DASS WIR DIESE KENNEN UND EINORDNEN KÖNNEN. IN DIESEM ARTIKEL GEHT ES UM EINE AUSLEGEORDNUNG DER VERSCHIEDENEN BEGRIFFE UND KONZEPTE IN DER INTERNETTECHNOLOGIE UND WOZU DIESE FÜRS MARKETING EINEN NUTZEN STIFTEN KÖNNEN.

Immer wieder gibt es Technologiekonzepte, bei denen wir, wenn wir das erste Mal darüber erfahren, nur den Kopf schütteln (ausser wir Technikfreaks natürlich). In der jüngsten Vergangenheit erfahren wir, dass Google selbstfahrende Autos baut, Riesenballone in den Orbit schießen will, um auch den hintersten und letzten Winkel dieser Erde fürs Internet zugänglich zu machen, oder eine Firma gekauft hat, die Roboter baut. Kürzlich hat Microsoft seine Voice-over-IP-Software Skype mit einem sehr nützlichen Feature ergänzt: Während zwei Personen miteinander sprechen, wird gleich die Simultanübersetzung aktiviert, so dass sich zwei anders Sprechende auch verstehen können. Und Amazon träumt per Drohne ausliefern zu können und mithilfe von Big Data berechnen zu können, wo ein Artikel X in den nächsten Stunden gekauft wird, um die

Logistik entsprechend zu optimieren – Stichwort «predictive shipping». Für viele tönt das nach Science Fiction, so wie eben das Beamen immer noch eine Vision ist. Dagegen mutet zum Beispiel Google Glass, die Google-Datenbrille, wie sie auf deutsch genannt wird, geradezu schon als einfacher Gedankengang an.

Doch was hat Zukunftspotenzial und was wird wohl immer eine Vision bleiben? In diesem Artikel möchte ich mich mit den Dingen beschäftigen, die in den nächsten Jahren vermutlich den Durchbruch schaffen werden. Im ersten Teil geht es um Technologien und deren Anwendungskonzepte. Im zweiten Teil blicke ich in die Zukunft und versuche, Ideen für morgen zu entwickeln.

## JÖRG EUGSTER



Jörg Eugster ist Internet-Pionier und Unternehmensberater für E-Business- und Online-Marketingstrategien. Er betreibt mehrere Portale wie etwa [www.topin.travel](http://www.topin.travel) im Tourismusumfeld und den Online-Verlag [wifimaku.com](http://wifimaku.com).

[www.eugster.info](http://www.eugster.info)

## Technologietrends und Anwendungskonzepte

### MOBILES INTERNET

Es gibt kaum ein Gerät, das unseren Alltag und unsere Art und Weise, wie wir kommunizieren, so nachhaltig verändert hat wie das Smartphone. Vorreiter aller Smartphones war zweifelsohne das iPhone von Apple. Dies hat zu zwei Technologien oder Bedürfnissen geführt, nämlich einerseits zum überall verfügbaren und ultraschnellen Internet und zum anderen zur Darstellung von Inhalten auf allen Endbenutzergeräten. →





**Nur noch eine Frage der Zeit:** Bald werden wir viel einfacher per Smartphone oder per Kreditkarte mit NFC-Chip bezahlen.

Bild: © EURI Kartensysteme GmbH

### ↳ RESPONSIVE WEBDESIGN

Letzteres hat zu einer dramatischen Kehrtwende in der Web-Entwicklung geführt, nämlich hin zu Responsive Webdesign. Websites baut man heute in Responsive Design. Diese sind dann auf allen Endbenutzergeräten wie Desktop, Notebook, Tabletcomputer und Smartphone abrufbar.

Diese Entwicklung hin zu Responsive Design ist im vollen Gange. Es gibt kaum einen Begriff, der so rasch eingeführt und umgesetzt wurde. Kaum eine Website, die heute gebaut wird, die nicht responsive ist. Das Konzept des Responsive Design wird die klassische, native App in Zukunft wohl überflüssig machen. Wir sprechen dann von einer Web-App.

### SCHNELLES INTERNET (LTE)

Um die Inhalte auf allen Endbenutzergeräten verfügbar zu machen, brauchen wir schnelles Internet. Sonst ist es wenig sinnvoll, die diversen Inhalte überall verfügbar zu machen. Auf dem Desktop sind wir uns heute schon Download-Raten von bis zu 250 MBit/sec. gewohnt. Das, was sich früher nur Firmen leisten konnten, haben wir heute zu Hause zu einem Spotpreis. Das Mobilfunknetz der vierten Generation, LTE, ist in der Einführung und bringt uns sehr schnelle Download-Raten, von denen wir früher nur zu träumen wagten. Wir alle werden bestimmt noch weitere Mobilfunk-Generationen erleben, denn der Datenhunger und die Erwartungshaltung an die Infrastruktur werden nicht abnehmen, ganz im Gegenteil. Immer mehr Videos werden unterwegs konsumiert, man erwartet einfach eine schnelle Leitung. Google Maps ersetzt das Navi im Auto und die Karte im Freien. Auch solche Anwendungen brauchen schnelle Datenleitungen.

### CLOUD

Immer mehr Daten halten wir heute schon in der Cloud. Es ist praktisch, wenn wir unsere Daten als Daten-Backup in der Wolke speichern und über alle Endbenutzergeräte synchronisieren können. Wir können von überall her auf diese Daten zugreifen. Auch dazu brauchen wir das schnelle Internet.

Morgen werden wir Mobiltelefone haben, die man nicht mehr sieht, weil sie in den Kleidern eingebaut sind – was heute schon möglich ist, aber noch nicht breit eingesetzt wird. Dazu werden wir künftig auch die Apps in der Cloud halten und bei Bedarf abrufen.

Google bietet im Jahr 2014 für nur 10 US-Dollar pro Monat und User einen unbeschränkten Zugriff auf alle Apps for Work und eine unbeschränkte Datenmenge in seiner Cloud Google Drive. Warum wohl? Das Know-how wird bald komplett in der Wolke gespeichert sein. Wer den Zugriff darauf hat, wird das Rennen von morgen gewinnen.

Google weiss zum Beispiel von mir genau, was ich auf der Einkaufsliste bei Google-Notizen in der Cloud notiert habe und wohl demnächst kaufen werde. Google-Werbung könnte damit eine neue Dimension im Targeting von Werbung bekommen.

### TAGS

Mit der Einführung der Mobile Tags wie etwa dem QR-Code wurden neue Anwendungskonzepte entwickelt. Doch hat sich diese Technologie nicht durchsetzen können. Die Anwendung ist für viele User und Kunden wohl zu kompliziert, denn man muss zuerst eine Reader-App aufs Smartphone laden und installieren und kann erst dann den QR-Code lesen. Das machen zu wenige User. Ich war schon immer der Ansicht, dass sich QR-Codes nie breit durchsetzen werden. Hier werden die Technologien NFC und RFID wohl das Rennen machen.

**NFC:** NFC bedeutet Near Field Communication. NFC ist ein internationaler Übertragungsstandard zum kontaktlosen Austausch von Daten per Funktechnik über kurze Strecken von wenigen Zentimetern. In der Schweiz werden dieses Jahr viele Zahlungsterminals bei den Detailhändlern wie Coop oder Migros mit NFC erweitert. Damit können Kunden mit einem

«Responsive Design wird die native App wohl überflüssig machen.»

Smartphone oder einer Kreditkarte mit NFC-Chip viel einfacher als heute ihre Einkäufe bezahlen. Man hält das Handy oder die Kreditkarte an das Zahlungsterminal und muss je nach Betragshöhe einen Code eingeben, und die Zahlung ist schon erledigt. Irgendwann in der Zukunft werden dann wohl auch Parkuhren damit ausgerüstet sein, damit wir kein Kleingeld mehr mit uns herumtragen müssen.

Doch NFC bietet fürs Marketing in Zukunft noch viel mehr Potenzial, wie die Zukunftsvisionen zeigen.

**RFID:** RFID bezeichnet eine Technologie, die auf Radiowellen basiert und automatisch und berührungslos Objekte identifizieren und lokalisieren kann. Sie erleichtert damit die Erfassung von Daten wesentlich.

Diese Technologie wird in Zukunft den uns bekannten Barcode ablösen. Jedes Produkt wird so mit einem RFID-Chip bestückt sein. So können wir im Geschäft und dank NFC künftig mehr Informationen zum gewünschten Produkt auf einfache Art und Weise abrufen.

### BIG DATA

Momentan besteht ein Riesens-Hype um den Begriff Big Data. Wie bei jedem neuen Begriff verwendet ihn jeder, der etwas in der digitalen Welt auf sich hält. Doch wie so oft bei neuen Begriffen verstehen die meisten etwas Unterschiedliches.

Bei Big Data geht es um die Gewinnung von entscheidungsrelevanten Erkenntnissen aus einer Vielzahl an Informationsquellen. Dabei sind folgende drei Aspekte charakteristisch:

1. Das Volumen der Daten nimmt ständig zu.
2. Die Vielfalt der Datenquellen wächst weiter.
3. Die Geschwindigkeit der Datengenerierung und Auswertung nimmt laufend zu.

Um diese grossen Mengen an Daten (Big Data) bewältigen und auswerten zu können, sind neue Technologien nötig. Wer diese in der Zukunft bewältigen und daraus die richtigen Rückschlüsse für Marketingzwecke gewinnen kann, hat einen Vorteil vor der Konkurrenz.

### AUGMENTED REALITY

Dank Augmented Reality erweitern wir unsere tatsächliche Realität um eine virtuelle Realität. Bisher funktionierte das mit einer App, der Kamera des Smartphones oder der Webcam im Computer.

Dank Augmented Reality (AR) und Webcam können wir zu Hause vor unserem Computer die Kleider- oder Brillenanprobe virtuell im E-Shop vornehmen. Tripwolf bietet in seiner Reise-führer-App Augmented Reality an. Man wendet sein Smartphone in Richtung eines Gebäudes, die App erkennt das Gebäude und blendet Informationen ein. Die Migros hat an der OLMA-Messe einen Stand mit AR erweitert – die Kunden →

LAMINAGEN  
SPEZIALEFFEKTE  
PRÄGUNGEN  
STANZUNGEN  
FOLIERUNGEN  
LASERUNGEN  
LEUCHTFARBEN  
DUFTLACKE  
RELIEFLACKE  
SPOTLACKE  
BRAILLESCHRIFT  
SOFTTOUCH  
STRUKTUREFFEKTE  
GLIMMEREFFEKTE  
MATTEFFEKTE  
THERMOEFFEKTE  
KIPPEFFEKTE  
METALLICEFFEKTE  
SIEBDRUCK  
DIGITALDRUCK  
MEHR AUF KMC.CH

Effektvolle Botschaften kommen an.

### Verankern Sie Ihre Botschaft bei Ihren Kunden über sämtliche Sinne. Das wirkt!

Mit einer Veredelung von **KMC** wird jeder Hingucker zusätzlich zum sinnlichen **Tasterlebnis**, zum unterhaltsamen **Phänomen**, zur betörenden **Duftwelt**, zur verblüffenden Erkenntnis oder zum überraschenden **Klangeffekt** – eine neue **Erlebnisdimension**. Haben Sie eine ausgefallene Idee? Oder gerade mal keine? Sprechen Sie doch mit uns und profitieren Sie davon, dass **KMC** nicht nur ein innovativer Veredler, sondern auch ein ideenreicher Ausrüster und flexibler Umsetzungspartner ist. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf!

Für die präzise Umsetzung von A bis Z sorgen wir. Pünktlich.

Vieles können Sie auch direkt online bestellen: [www.kmc-webshop.ch](http://www.kmc-webshop.ch)



Gedrucktes als Erlebnis.

mail@kmc.ch  
www.kmc.ch

**KMC** Karl Meyer AG  
CH-4123 Allschwil  
T +41 61 486 52 52



**Es wird über Sie gesprochen. Erfahren Sie wo, warum, ob positiv oder negativ.** Durch unser Monitoring beobachten Sie gezielt die Online-Diskussionen zu Ihrer Marke, Ihrem Unternehmen oder Ihren Mitbewerbern – über 300 Millionen Websites weltweit oder fokussiert auf die Schweiz.

**Google-Werbung mit 20% mehr Profit. Automatisieren Sie Ihre CPC-Gebote.** Mittels Algorithmus ermitteln wir Ihre besten Umsatzzeiten und Gebote pro Suchbegriff. So sind Sie auf Google garantiert zur rechten Zeit am rechten Ort «sichtbar».

**X-tausend Kunden finden Sie nicht. Es wird Zeit, den Suchmaschinen-Markt genauer unter die Lupe zu nehmen.** Mit unserer Market Insight Analyse erfahren Sie alles über die Keywordstrategie, Buchungsstrategie und das SEA-Budget Ihrer Mitbewerber.



**Wird sich durchsetzen:** Google Glass bietet sinnvolle Features.

↳ erhielten zusätzliche Informationen an der Plakatwand. Der Automobilhersteller BMW setzt AR für seine Servicetechniker ein: Der Techniker wird mithilfe einer speziellen Datenbrille von einer App unterstützt, die ihm die nächsten Arbeitsschritte optisch und akustisch anzeigt.

AR wird vermutlich in optischen Ausgabegeräten wie Bildschirmen, Brillen und in Zukunft sicherlich auch Linsen integriert sein. Google macht es mit seiner Datenbrille Google Glass vor.

Ich hatte selber kürzlich das Vergnügen, Google Glass auszuprobieren (siehe Abbildung). In der Brille sieht man in einem kleinen Ausschnitt den Bildschirm. Er dient dem Abrufen von Zusatzinformationen. So erkennt Google Glass dank Face Recognition das Gegenüber, bevor es sich Ihnen vorstellen kann. Für die Navigation in der Stadt ist es ebenso einsetzbar; für die Strassenavigation etwas weniger, denn die Ablenkung wäre zu gross und daher zu riskant.

Es wird derzeit viel diskutiert, ob sich Google Glass durchsetzen kann. Viele meinen nein, weil der soziale Druck des Gegenübers («Was sieht der jetzt wohl mehr über mich?») dies nicht zulassen wird. Ich bin anderer Ansicht. In gewissen Fällen wird der Einsatz von Google Glass sinnvoll für beide Seiten. Stellen Sie sich vor, Sie checken in einem Hotel ein und die Rezeptionistin spricht weder deutsch noch englisch, sondern nur portugiesisch. Sie selber sprechen kein portugiesisch. Hätten Sie beide Google Glass, könnten Sie sich ganz einfach von der Simultanübersetzung unterstützen lassen – und Sie würden von der Technik begeistert sein.

## VIRTUAL REALITY

Noch abenteuerlicher wird es, sich vorzustellen, dass Virtual Reality auch im Marketing einen Nutzen stiftet. Facebook hat im Jahr 2014 die auf Virtual Reality spezialisierte Firma Oculus

Rift für zwei Milliarden US-Dollar übernommen (400 Millionen US-Dollar in bar, 1,6 Milliarden US-Dollar in Facebook-Aktien). Man zieht sich eine Art Taucherbrille über und sieht eine virtuelle Welt, die vom Computer gesteuert wird. Die Software oder App blendet die virtuelle Umgebung ein.

Wir alle können uns vorstellen, dass wir das für Spiele einsetzen können. Multiplayer-Games werden eine neue Dimension erleben, wenn die Gamer plötzlich selbst mit anderen Gamern zusammen mitten im Spiel stehen. Das bringt mehr Bewegung ins Spiel, denn sie bewegen sich nun selbst, was gesundheitsförderlich sein dürfte.

Fürs Marketing sehe ich, dass künftig zum Beispiel Gebäude virtuell dargestellt werden. Stellen Sie sich vor, dass Sie mit Ihrer Liebsten oder Ihrem Liebsten ein Wellness-Wochenende planen. Sie besuchen dank virtueller Realität die verschiedenen Hotels und erleben so den Spa-Bereich schon im Voraus. So können Sie besser entscheiden, in welchem Hotel Sie das Wochenende verbringen möchten. Für Hotels ist das eine weitere Möglichkeit, sich positiv und attraktiv darzustellen.

Wenn diese kleinen virtuellen Welten später auf Google Earth und Google Maps integriert sind, werden Reiseplanungen eine neue attraktive Dimension erfahren.

## SPRACHBEFEHL

Ein weiterer Trend, der allerdings weniger gehyped wird, ist der Sprachbefehl. Ohne ihn werden wir uns schon bald unser digitales und mobiles Leben kaum mehr vorstellen können. Heute sind wir es uns schon gewohnt, unser Strassenavigationsgerät mit Sprachbefehlen zu steuern. Google Now steuern wir mit dem Befehl «Ok Google» und sprechen gleich das, was uns bewegt oder interessiert. Google interpretiert die Sprache und bringt die passenden Suchresultate auf das Smartphone.

Schon wegen Entwicklungen wie Google Glass oder den Wearables (kleinen tragbaren Computern, etwa in Uhren oder in die Kleidung integriert) wird der Sprachbefehl an Bedeutung zunehmen, weil wir dann keine Tastatur mehr haben oder brauchen und alles per Sprache erfassen.

## Genug der Technologien und Konzepte

## VISIONEN

Erst in der Anwendung werden die Technologien sichtbar. Sie müssen einen Nutzen bieten, sonst werden sie sang- und klanglos von der Bildfläche verschwinden. So könnten Anwendungen aussehen: →



MAURITIUS IMAGES

picture your vision.



Für Nachdenker, für Umdenker,  
für Querdenker - **für Visionäre.**



[www.mauritius-images.com](http://www.mauritius-images.com)

### ↳ SHOPPING 3.0

Wir schlendern durch die Stadt. Selbstverständlich tragen wir nicht mehr wie heute ein klobiges Smartphone mit uns herum und schauen ständig auf die Tastatur. Das Smartphone ist unsichtbar. Je nach Vorliebe ist es in den Kleidern integriert oder in der Brille. Einige haben diese Funktion bereits schon in der Linse im Auge implantiert. Gerade wenn man schon eine Augenoperation des grauen Stars hinter sich hat, ist es kein Unding mehr, sich eine Linse im Stile von Google Glass einzubauen. Seine Apps und Daten hat man dann natürlich in der Cloud gespeichert.

Es versteht sich von selbst, dass alle Inhalte überall und mit allen Endbenutzergeräten ultraschnell aufrufbar sind. Responsive Design hat mit der Verbreitung der Datenbrillen eine neue Dimension erhalten.

### VIRTUELLER FLYER DANK NFC

Als wir früher an Schaufenstern vorbeiflanierten, war es oft ärgerlich und enttäuschend, wenn zum Beispiel an einem Sonntag beim geschlossenen Geschäft keine Zusatzinformationen verfügbar waren; nicht einmal eine Internetadresse oder eine Telefonnummer waren angegeben. Dank der Mobilten Tags wie NFC kann man bei geschlossenem Shop die Informationen in Form eines elektronischen Flyers abrufen und die Produkte bei Bedarf auch gleich kaufen.

Wenn wir durch ein Geschäft gehen, werden Produkte dank Augmented Reality und dem RFID-Chip transparenter. Produkteinformation, Videos und Preisvorteile kann man sofort abrufen. Der Gang durchs Geschäft wird dank der in der Cloud gespeicherten Einkaufsliste und dank dem im Smartphone eingebauten Navigationsgerät zum wegeoptimierten Einkaufserlebnis, bei dem man Produkte nicht mehr suchen muss, sondern zu ihnen hingeführt wird. Was wir uns heute schon vom Strassennavi von Garmin, TomTom & Co. gewöhnt sind, wird in Zukunft auch im Handel alltäglich sein.

### NEUE BEZAHLPROZESSE

An der Kasse angekommen, werden neue Technologien das Shopping-Erlebnis abrunden. Zum einen wird es keine Kassiererinnen mehr geben. Die RFID-Chips werden zu dieser Entwicklung beitragen. Jedes Produkt, das wir in den Warenkorb legen, wird gleich addiert; an der Kasse müssen wir nur noch den Zahlungsprozess abschliessen. Gedruckte Rabattgutscheine und dergleichen werden der Vergangenheit angehören, denn wir haben sie dann in der Cloud gespeichert. Sie werden dank NFC gleich an der Kasse abgerechnet. Zudem werden uns neue Bezahldienste mit NFC den Zahlungsprozess erleichtern. Kreditkarten werden vermutlich der Vergangenheit angehören, da sie schlicht zu viel Spielraum für Betrug zulassen. Neu werden wir beim Check-out-Prozess um die Frei-

ORDNER  
REGISTER  
DOKUMENTATIONEN  
AUSBILDUNGS-  
UNTERLAGEN  
PROMOSETS  
VERPACKUNGEN  
INFOTELLER  
KALENDER  
SCHUBER  
ABLAGEN  
WIRO-BINDUNGEN  
SPIRALBINDUNGEN  
MEHR AUF KMC.CH

**Auflage:  
100 Ex. à  
1 Ordner**

### Jeder Ordner ein Unikat! KMC macht Einzigartigkeit erschwinglich ...

Mit persönlichen Angaben direkt bedruckte Präsentationsmittel in **KMC-Qualität** sind wirkungsvolle Botschafter Ihrer Organisation. Zeigen Sie Ihren Kunden, Mitarbeitenden, Schulungsteilnehmenden oder Geschäftspartnern, dass Sie ihnen einen ganz speziellen Stellenwert beimessen.

**Das kommt an!** Ob 100 personalisierte Unikate oder 100'000 individuell mit dem selben Sujet bedruckte Ordner – dank modernster Produktionsmethoden erhalten Sie immer eine Premiumqualität, die Sie sich leisten können. Auf Wunsch auch **effektiv veredelt** oder als **Gesamtlösung** samt Inhalt, Register, Konfektionierung und Versandlogistik.

Wenn es um das Ordnen und Präsentieren geht, sind Sie bei KMC in jedem Fall richtig!

[www.ordner.ch](http://www.ordner.ch)

[www.kmc-webshop.ch](http://www.kmc-webshop.ch)



Gedrucktes als Erlebnis.

mail@kmc.ch  
www.kmc.ch

KMC Karl Meyer AG  
CH-4123 Allschwil  
T +41 61 486 52 52



## « Der Sprachbefehl wird wichtiger, wenn wir keine Tastatur mehr haben.»

↳ gabe des zu bezahlenden Betrages gebeten. Wir bestätigen den Betrag per Sprachanweisung, die dann gleich in der Cloud überprüft wird. Dazu brauchen wir ultraschnelle mobile Datenleitungen.

### SIMULTANE ÜBERSETZUNG IM AUSLAND

Falls Sie im Ausland sind, werden Sie die neuen Technologien noch mehr lieben. Dank dem in den Kleidern oder der Brille eingebauten Smartphone wird alles, was sie benötigen, gleich übersetzt. Dank Augmented Reality und NFC sehen Sie Produkteinformationen, Videos und Preise gleich in Ihrer Sprache, denn Ihr Smartphone oder Ihre Cloud kennen ja Ihre bevorzugte Sprache. Falls es noch Verkaufs- oder Beratungspersonal gibt, wird deren Sprache gleich simultan in Ihre übersetzt. James T. Kirk und Mr Spock lassen grüssen. Diese Vision wird schon bald Realität sein.

### E-SHOP 3.0

Sie können es nennen wie Sie wollen ... ich nenne es E-Shop 3.0. Der E-Shop 3.0 ist zu 100 Prozent virtuell. Wenn wir nicht mehr physisch vor Ort einkaufen möchten, dann kommt der E-Shop in der virtuellen Realität zum Zuge. Wir bestellen per Sprachbefehl unsere Lieblingsfiliale unseres bevorzugten Detailhändlers und kaufen in der virtuellen Realität wie in einem Computergame ein. Diese Filiale ist immer gleich und orientiert sich an unserer Einkaufsliste in der Cloud. Selbstverständlich können wir auch weitere Produkte, die nicht in der Einkaufsliste gespeichert sind, kaufen, indem wir per Sprachbefehl neue Gestelle mit den gewünschten Produktkategorien anfordern. Wer den Film Matrix gesehen hat, weiss, was ich meine.

### TICKETING 3.0

Dank allen Technologien brauchen wir keine physischen Tickets mehr. Alles spielt sich dank NFC und Cloud automatisiert ab. Wir bestellen unsere Tickets per Sprachbefehl, die dann in der Cloud gespeichert werden. Beim Einlass wird gleich gecheckt, ob unsere Tickets gültig sind. Das Kontrollpersonal sieht dank Augmented Reality, wer ein gültiges Ticket hat und wer nicht.

### STADTFÜHRUNG 2.0

Sie kennen die klassische Stadtführung. Ein Stadtführer oder eine -führerin bringen uns von Punkt zu Punkt durch die Stadt und erzählen Geschichten und Fakten zu vergangenen Tagen jener Stadt. Künftig werden wir uns frei und zu jeder beliebigen Zeit selbstständig durch eine Stadt bewegen. Dank Augmen-

ted Reality und NFC erkennen wir die Gebäude und können bei Bedarf Informationen abrufen, solange sie uns interessieren. Haben wir Hunger, werden sofort Restaurants farblich gekennzeichnet und man sieht, welche Art Speisen diese anbieten und wie gross die derzeitige Auslastung ist beziehungsweise ob noch eine Chance auf einen Sitzplatz besteht. Selbstverständlich kann die Reservation gleich per Sprachbefehl abgeschlossen werden.

### STADTFÜHRUNG 3.0

Stadtführung 3.0 ist ähnlich wie der E-Shop 3.0. Alles spielt sich im virtuellen Raum ab. Wir tauchen in die gewünschte Stadt ab und wie im Film Avatar erleben wir diese von zu Hause aus. Selbstverständlich können wir im virtuellen Raum auch Gebäude betreten und so Hotels und Museen virtuell besuchen. Wir selber entscheiden, ob wir diese Stadt auch tatsächlich physisch, also in der Realität, besuchen möchten oder eben nicht. So können es sich in Zukunft auch weniger betuchte Leute leisten, einmal New York oder die kanadischen Rockies an einem Wochenende zu erleben – auch ohne das Beamen von Star Trek.

### Schlussgedanken

Erinnern Sie sich noch an die Lancierung des iPad im Januar 2010? Steve Jobs stellte es damals vor. Viele Fachjournalisten haben sich seinerzeit in Artikeln darüber ausgelassen, wofür man denn ein übergrosses iPhone benötige. Doch dieses Ding, das wir heute als Gattungsname Tablet-Computer nennen, wird unser Bildungssystem nachhaltig beeinflussen. Und ich glaube, dass dieses Gerät dem gedruckten Katalog in ein paar Jahren den Garaus machen wird.

So muss sich eine Technologie oder ein Technologiekonzept zuerst etablieren. Oftmals setzen sie sich nicht so durch, wie man es zuerst denkt. Oftmals entwickelt sich etwas ganz anderes als angenommen, so wie das iPad.

Nicht wir und unsere Vorstellung entscheiden, ob etwas erfolgreich sein wird, sondern der Markt alleine entscheidet, ob eine neue Technologie eine genügend hohe Verbreitung findet. Und letztlich ist es der Konsument, der darüber entscheidet, ob die neue Technologie einen Nutzen für ihn bietet. Wir alle entscheiden immer nach dem Nutzen.

Nicht alles, was möglich scheint, wird wahr (wie wahrscheinlich Beamen), und was heute als unmöglich erscheint, ist vielleicht morgen schon Realität. Es bleibt auf jeden Fall spannend, ganz sicher für die Technikfreaks. ●●●

---

#### WIFIMAKU – DAS ONLINE-MARKETING-WIKI

---

**Die ganze Welt des Online-Marketings:** wifimaku Online-Marketing ist eine praxisorientierte Anleitung zur Nutzung der Online-Marketing-instrumente mit Grundlagen und Hintergrundinformationen. Sie wird von führenden Experten laufend aktualisiert. Alle Inhalte auf [wifimaku.com](http://wifimaku.com) sind kostenlos.

[www.wifimaku.com](http://www.wifimaku.com)

---