

HERZLICH
WILLKOMMEN

Phänomenal Medial

Daniel Liebhart

20.11.2013

BASEL BERN BRUGG LAUSANNE ZÜRICH DÜSSELDORF FRANKFURT A.M. FREIBURG I.BR. HAMBURG MÜNCHEN STUTTGART WIEN

1



2012 © Trivadis

Phänomenal Medial
20.11.2013

trivadis
makes IT easier. ■ ■ ■

AGENDA

1. Die Arbeit als Leben: Consumerization
2. Das Leben als Spiel: Gamification
3. Aller guten Dinge sind DREI:
 - Indikator 1: Trends in der Unterhaltungselektronik
 - Indikator 2: Mediale Kompetenz
 - Indikator 3: IoT & Mobile
4. Konsequenzen
 - Was kommt morgen: Mobile Workplace
 - Was kommt übermorgen: Auto = Mobile Device
 - Und dann: Das Verschwinden der Geräte

Consumerization: Die Arbeit als Leben

- **Gartner:** Consumerization beschreibt den Einfluss von Technologien, die aus der Unterhaltungselektronik kommen, auf Unternehmen. Consumerization ist keine Strategie oder etwas, was adaptiert werden kann. Consumerization kann angenommen werden und es kann damit umgegangen werden, aber aufgehalten kann es nicht werden.
- **PWC:** Die Consumerization der IT beschreibt die Nutzung von Technologien, die sehr einfach durch «Nicht-Technologen» beschafft werden kann.
- **Wir Schlafmützen:** Consumerization umschreibt die Tatsache, dass die wichtigsten Innovationen der Informationstechnologie nicht mehr von den Experten der Unternehmens-IT sondern von den Konsumenten eingebracht werden.

Consumerization: Die 4 Faktoren

- **Vorher:** «Civil War» zwischen IT Abteilungen und Nutzern

- **Heute:**

Blurring of business and personal boundaries

Increasing adoption of social network technologies by customers and employees



Increasing mobility of customers and employees using smartphones and tablets

Increasingly credible public cloud computing and software-as-a-service (SaaS) options to enable consumer-facing business services and mobile applications

Consumerization: Die 4 Faktoren

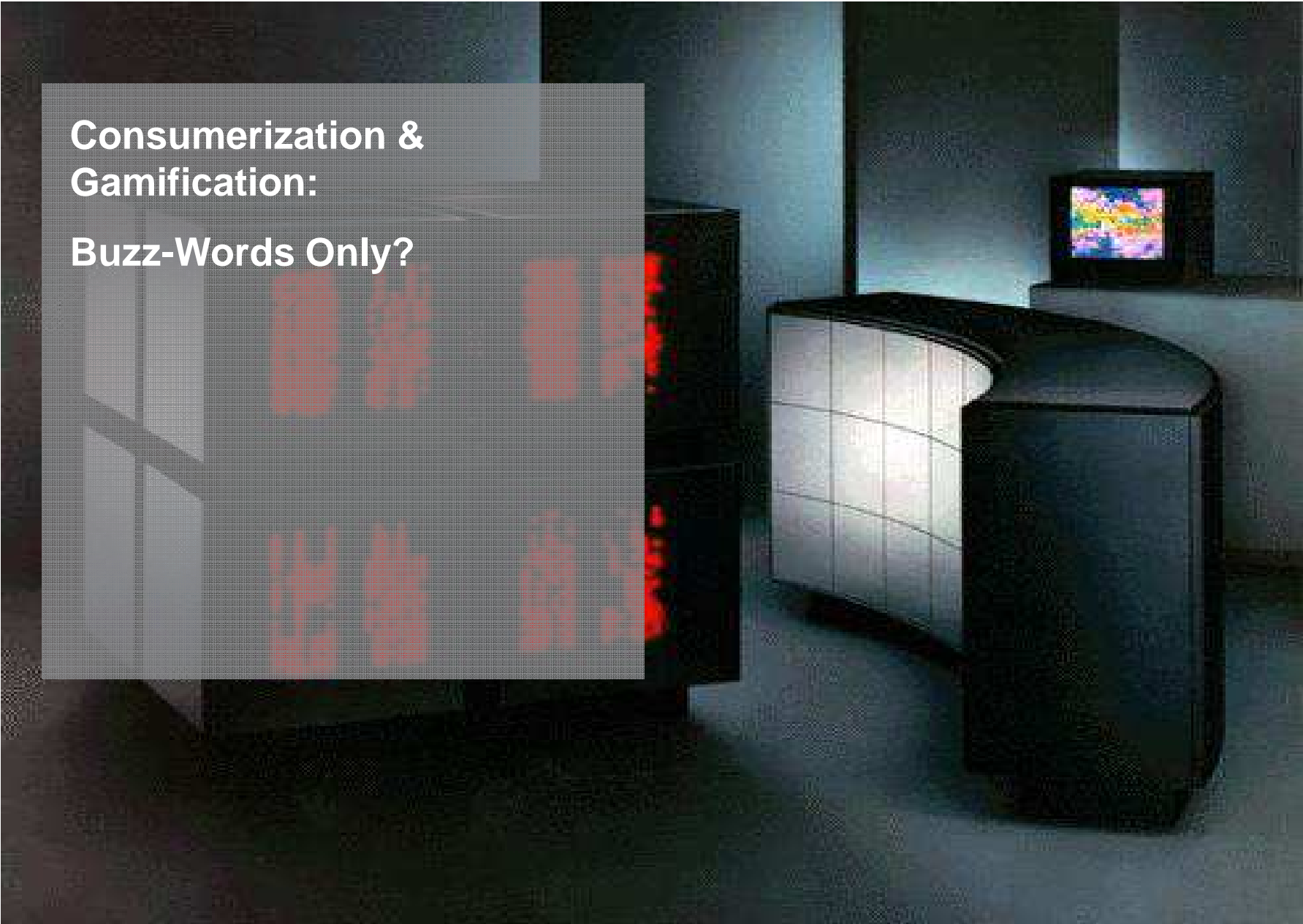
- **Das Verwischen der Grenze zwischen Arbeit und Privatleben**
- **Die zunehmende Mobilität der Kunden und Angestellten, die Smartphones und Tablets nutzen**
- **Der zunehmende Einsatz von Social Media Technologien durch Kunden und Angestellte**
- **Die zunehmende Verbreitung von SaaS Angeboten für die Bereitstellung von kundenseitigen Business Services und Apps**

Gamification: Das Leben als Spiel

- **Gabler:** Gamification = Einsatz von spieltypischen Elementen und Vorgängen in spielfremde Zusammenhänge zum Ziele der Motivationssteigerung und Verhaltensänderung bei Anwenderinnen und Anwendern.
- **Forschungsgruppe Kooperationsysteme an der Universität der Bundeswehr München:** Es geht also um den Einsatz spieltypischer Mechanismen (oder im Englischen “Game Mechanics”) wie Erfahrungspunkte, Orden oder Ähnliches “außerhalb reiner Spiele”, z. B. in Geschäftssoftware, in E-Commerce-Angeboten oder in anderen Bereichen, die augenscheinlich sehr wenig mit Spielen zu tun haben. Durch die Integration der Spielelemente sollen die Nutzer motiviert werden, mehr oder länger mit dem Produkt oder Service zu arbeiten, als sie das ohne die Spielelemente gemacht hätten.

Gamification: Das Leben als Spiel





**Consumerization &
Gamification:
Buzz-Words Only?**

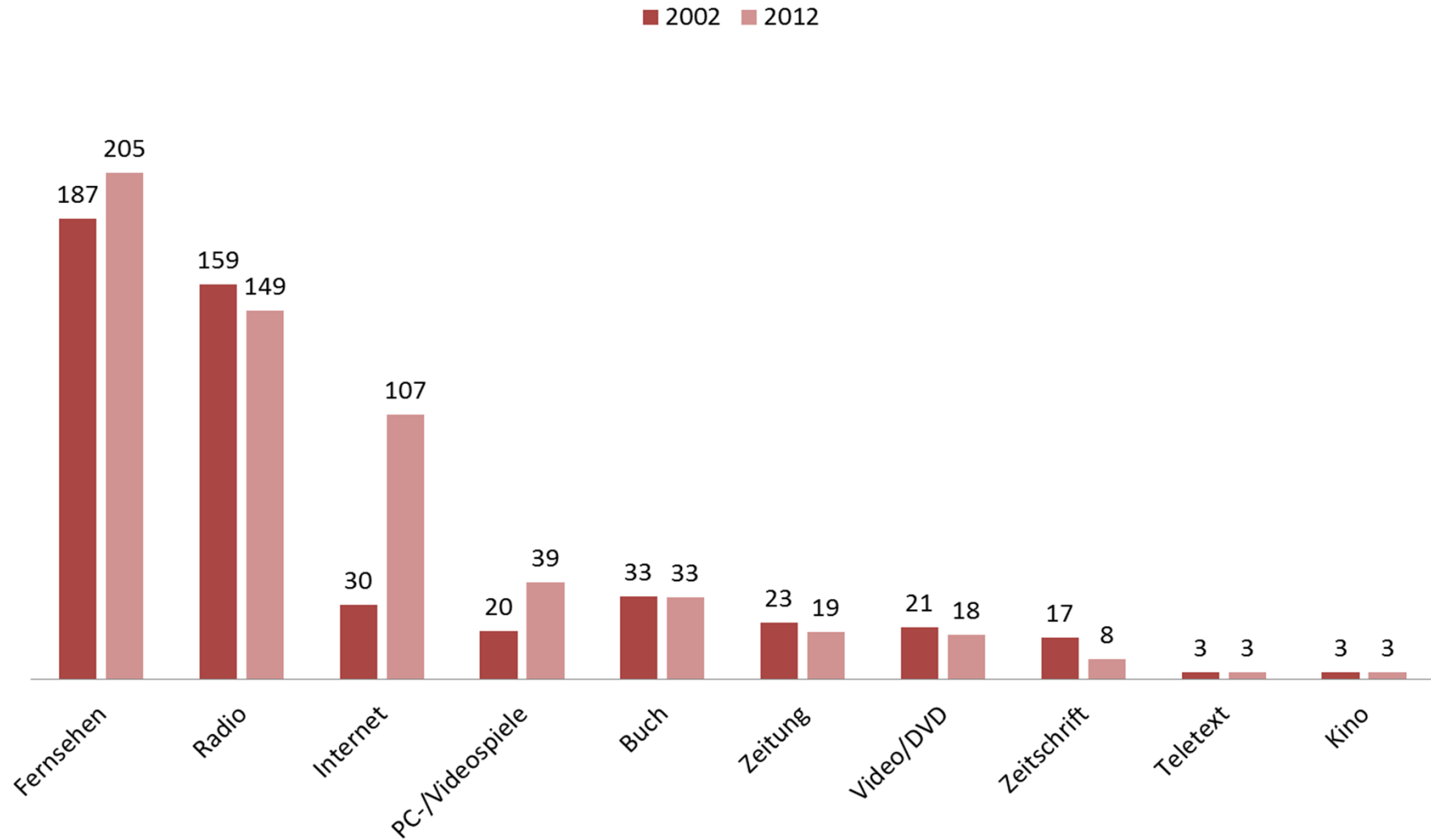
Indikator 1: Trends in der Unterhaltungselektronik

Beispiele (Larry Popelka in Bloomberg Businessweek über die CES Las Vegas):

- Tablets everywhere
 - Smartphones replace remote controls
 - Cameras everywhere
 - The age of drones
 - Virtual salespeople
 - Smart homes
 - Human monitoring
 - Brain control
 - Ultra-high definition
 - Portable power
-
- **Sichern sie sich einen Platz an der CES 2014 (7-10.1.2014)!**

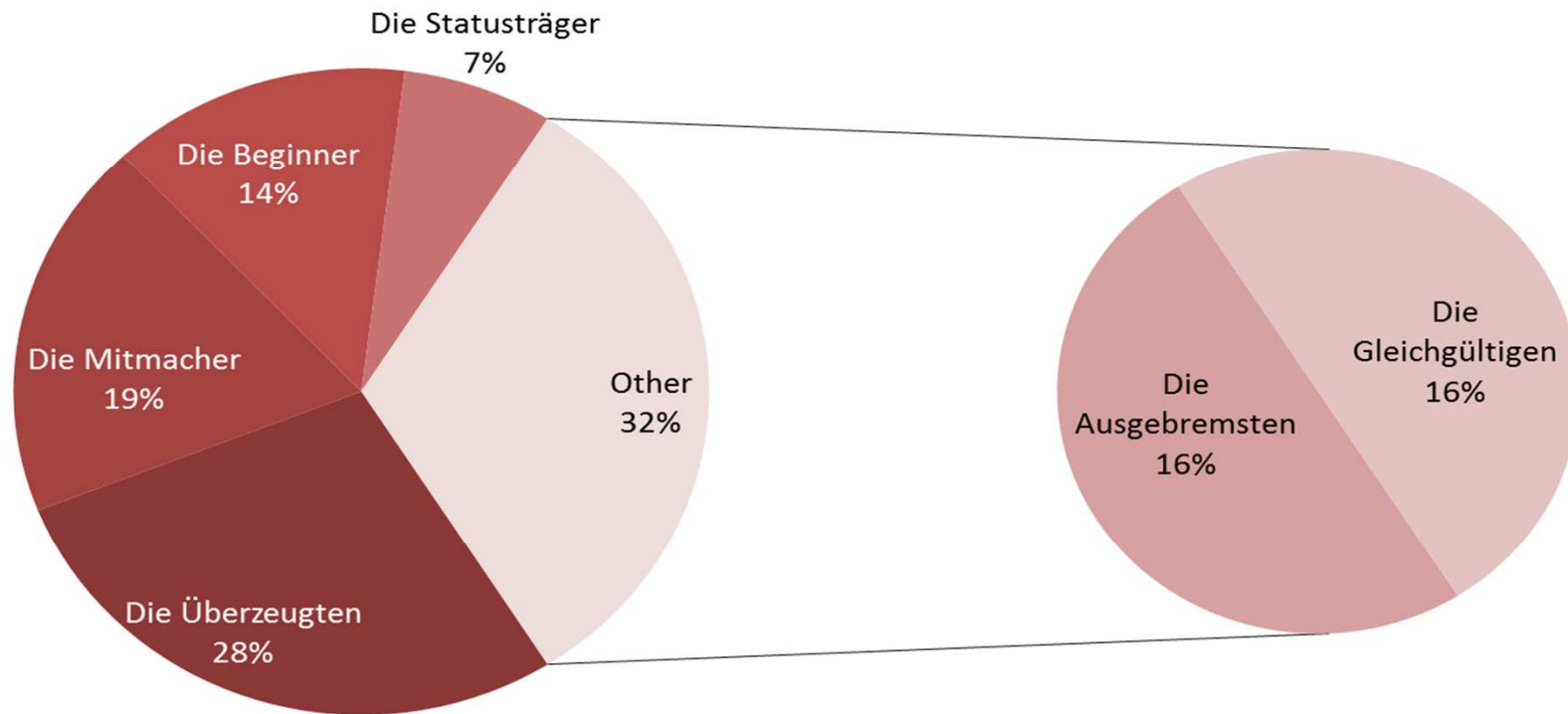
Indikator 2: Zunehmende Mediale Kompetenz

Mediennutzungsdauer in Deutschland in Minuten (2002 / 2012)



Indikator 2: Nutzung der Medialen Kompetenz

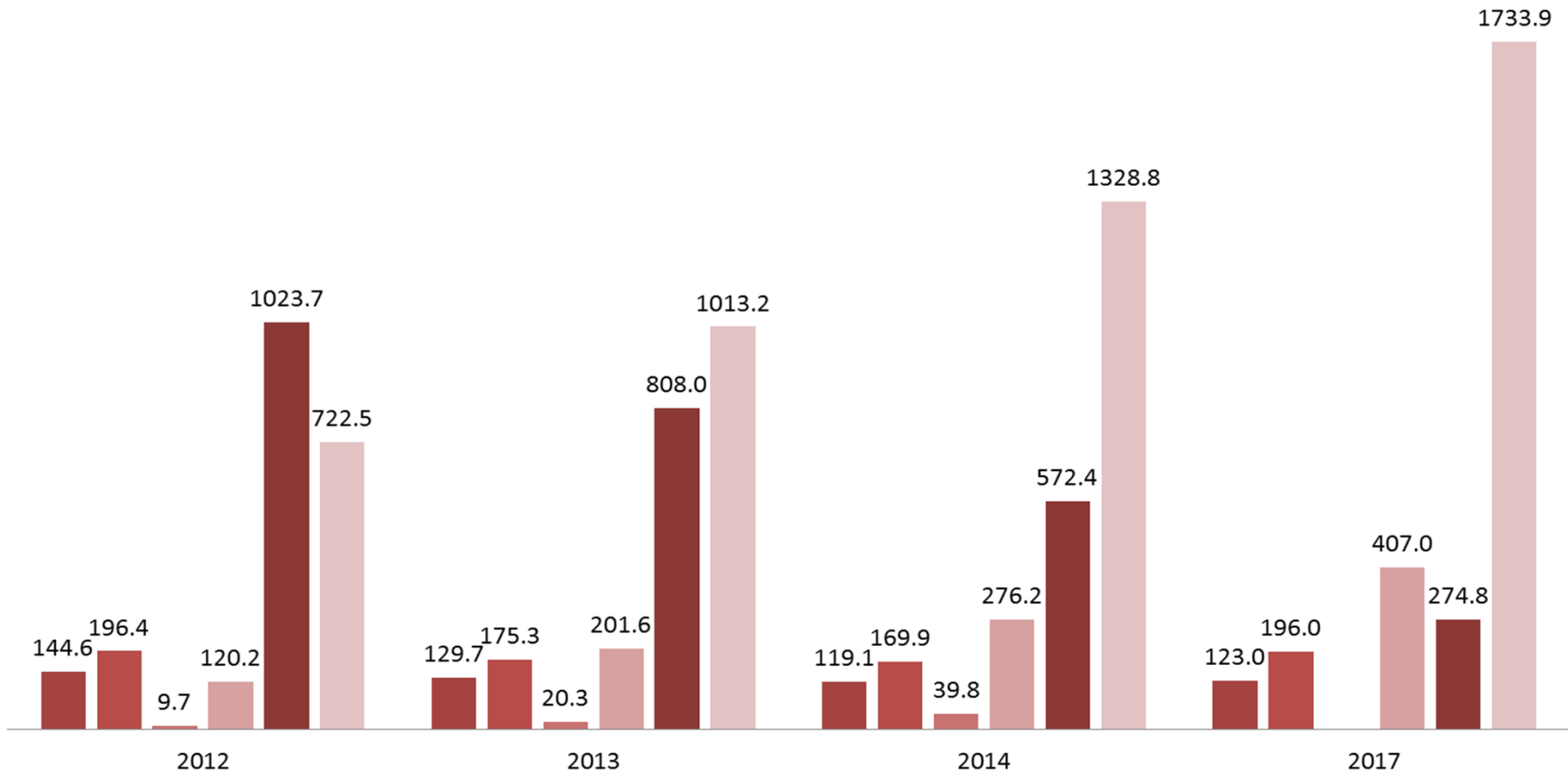
Typen des Medialen Mitarbeitenden



Indikator 3: IoT & Mobile Geräte

Anzahl weltweit verkaufte Geräte in Millionen

■ PC ■ Notebook ■ Ultramobile ■ Tablet ■ Andere Mobile Phones ■ Smartphones

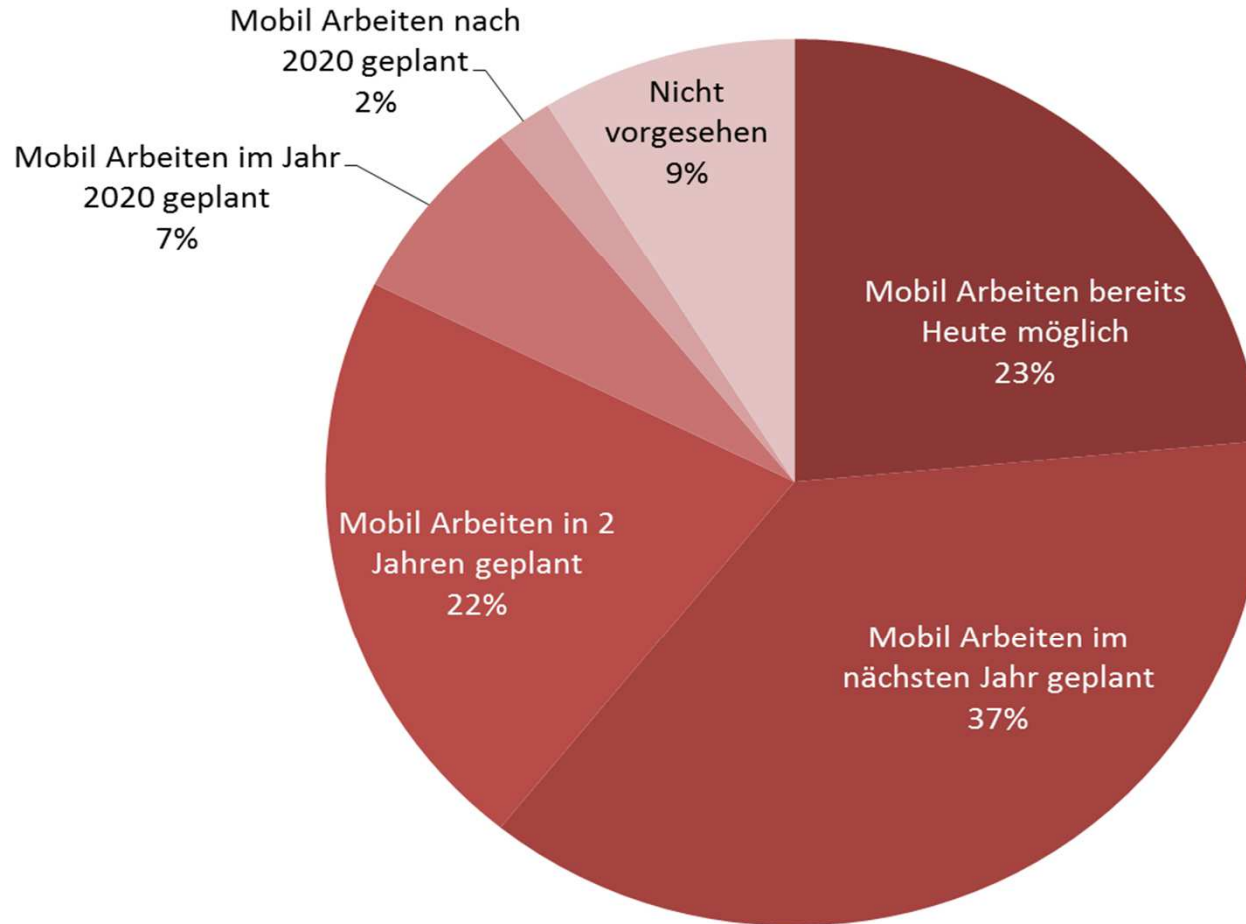


Ein Blick in die Zukunft



Was kommt morgen: Mobile Workplace

Mobile Arbeitsplätze in Unternehmen im Jahr 2020



Was kommt übermorgen: Auto = Mobile Device

- **C2D – Car 2 Driver:**

- Navigation
- Infotainment
- Assisted Driving
- Reiseinformationen
- Unfallmanagement
- Elektronischen Bezahlssystemen

- **C2X – Car 2 Environment:**

- Autodiebstahl – kein Thema mehr
- Intelligentes Verkehrsmanagement - Stauvermeidung
- Umweltfaktorabhängige Steuerung

Und danach: Vom Verschwinden der Geräte

Mark Weiser in seinem Aufsatz „The Computer for the 21st Century“ im Scientific American:

«Die tiefgreifenden Technologien sind diejenige, die verschwinden. Sie werden sich in das Gewebe des täglichen Lebens einfügen und nicht mehr davon zu unterscheiden sein»\$

- **Gestern:** Vom PC zum Notebook
- **Heute:** Vom Notebook zum Tablet und Smartphone
- **Morgen:** Vollständige und unsichtbare Integration von Computertechnologie in jedes Gebäude, in jeden Tisch, jedes Fenster oder jeden beliebigen anderen Alltagsgegenstand.

Freuen wir uns
auf die Zukunft!

VIELEN DANK.

Trivadis AG

Daniel Liebhart

Europa-Strasse 5
CH-8152 Glattbrugg

Tel. +41 58 459 55 55
Fax + 41 58 459 55 95

info@trivadis.com
www.trivadis.com

BASEL BERN BRUGG LAUSANNE ZÜRICH DÜSSELDORF FRANKFURT A.M. FREIBURG I.BR. HAMBURG MÜNCHEN STUTTGART WIEN

17

2012 © Trivadis

Phänomenal Medial
20.11.2013

trivadis
makes IT easier. ■ ■ ■

ANHANG

