



**Autor: Axel Freyberg**

**Datum: 14.09.2011**

## IDEEN - VORLAGE 2011

<p>Titel der Idee (Schlagwort)</p>	<p>Personal Communications – Zukunft der Kommunikation und Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und die Gesellschaft (ehemals: Zukunft der Geschäftskommunikation/Neue Kommunikationsformen)</p>
<p>Kurze Beschreibung</p>	<p>Das Internet, Social-Media-Netzwerken und der Wandel der Technologien verändern die Formen der persönlichen Kommunikation im Privat- und Geschäftsleben grundlegend. Die bisherigen Kommunikationsmittel wie Telefonie und Messaging (eMail, SMS) werden durch neue Kommunikationsformen ergänzt (z.B. Instant Messaging, Social Communication, Video Communication/Telepresence) und in einigen Segmenten vielfach ersetzt. Mobile Endgeräte (wie Tablets und Smartphones) machen diese neuen Kommunikationsformen zunehmend permanent und überall verfügbar. In Folge des Eintritts der Internet-affinen Jugend in die Arbeitswelt finden diese Kommunikationsformen nicht nur im Privat- sondern auch im Geschäftsleben Einzug.</p> <p>Durch die neuen Kommunikationsformen verändert sich das Zusammenspiel in der Gesellschaft im Privat- und Geschäftsumfeld. Im Privatumfeld wird viel schneller, kürzer und breiter kommuniziert und Netzwerke werden transparent. Im Geschäftsumfeld wird die Kommunikation schneller und vielfältiger, die Grenze zwischen Privat- und Arbeitsleben verschwindet, die Arbeitsabläufe verändern sich – z.B. mit positiven Einflüssen auf die Reisetätigkeit.</p> <p>Neben den gesellschaftlichen Veränderungen, die sich daraus ergeben, hat dieser Wandel fundamentale Auswirkungen auf die Anbieter von Kommunikationsleistungen. Für Lösungsanbieter bieten sich neue Geschäftsmöglichkeiten, wenn auch die bisherigen Anbieter eine grundlegende Transformation durchlaufen müssen, um sich auf die neuen Anforderungen einzustellen. Die Telekommunikationsunternehmen sehen sich fallenden Umsätzen gegenüber aufgrund der Substitution der bisherigen Hauptumsatzträger durch alternative Bereitstellungskonzepte für Sprachkommunikation (Skype) und Messaging (WhatsApp), die aufgrund der Netzneutralitätsdebatte nicht verhindert werden können.</p> <p>Eine Konferenz sollte diese Themenbereiche aufnehmen und folgende Punkte behandeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veränderung im Kommunikationsverhalten im privaten und geschäftlichen Umfeld (gestuft nach Altersstufen und Segmenten)</li> <li>• Auswirkungen auf die Unternehmen (Produktivität, Arbeitsabläufe, Reaktionszeiten)</li> <li>• Auswirkungen auf die Gesellschaft (Zusammenleben, Freundschaft, Schutz der Privatsphäre ...)</li> <li>• Auswirkungen auf die Telekommunikationsunternehmen und die Hersteller und adäquate Reaktionen</li> <li>• Chancen und Gefahren durch die Veränderungen und die Konzentration von Kommunikation auf weniger Anbieter (e.g. facebook) und notwendige Maßnahmen (e.g. Regulierung, Gesetzgebung, Aufklärung)</li> </ul>
<p>Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)</p>	<p>Konferenz</p>



Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung der Veränderungen in der Kommunikation im Privat- und Geschäftsumfeld</li> <li>• Diskussion der Auswirkungen auf die Mitglieder des Münchner Kreises</li> <li>• Diskussion der gesellschaftlichen Implikationen</li> <li>• Aufzeigen von Chancen und Gefahren durch die Veränderung</li> </ul>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamte Telekommunikations- und Internet-Branche</li> <li>• Vertreter von Unternehmen</li> <li>• Politik</li> </ul>
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2012 (Zeitplan offen)