



Autor: Axel Freyberg

Datum: 25.09.2013

I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	Evolution des Internet Ecosystems
Kurze Beschreibung	<p>Über das letzte Jahrzehnt wurde über den Wandel des Internet-Ecosystems und die damit verbundenen Unternehmen diskutiert, doch viele Unternehmen trifft der Wandel in diesen Jahren vehement und die Veränderung der Geschäftsmodelle wird Realität und wirft neue Fragen auf. Verschiedene Branchen innerhalb des Münchner Kreises sind davon betroffen – die Telekommunikationsanbieter, die Medienunternehmen- wie auch die Online-Dienste-Anbieter. In einer Konferenz könnten alle drei Branchen schlaglichtartig vor dem Hintergrund ihrer Herausforderungen behandelt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telekommunikation – Wandel zu einem All-IP Anbieter und neue Rolle im Internet Ecosystem als Smart Enabler oder Spieler mit eigenen Online-Diensten; Wandel der Telekommunikationslandschaft vor dem Hintergrund von M&A und den anstehenden Investitionen • Medien-/TV – Reaktion auf den Wandel des Zuschauerhaltens und dem rasanten Wachstum von Videoinhalten auf dem Internet; Änderung des Werbemodells hinzu personalisierter Werbung und neue Werbebereiche durch Social TV; neue Marktteilnehmer mit eigenen Inhalten • Online – Rasanter Wandel der Social-Media-Netzwerke und Herausforderungen aus der Frage des Datenschutzes; Sicherstellung der Qualität für den Endkunden und zunehmende Integration mit der Hardware <p>Sicherlich ist eine solche Konferenz relativ breit, aber es gibt die Möglichkeit hier einmal konzentriert in Podiumsdiskussionen über die Herausforderungen der zusammenwachsenden Branchen zu diskutieren. Die Thematik verspricht bei entsprechender Besetzung der Panels hohen Zuspruch hinsichtlich der Anzahl an Konferenzteilnehmern</p>
Konkrete Aktion	Konferenz
Geschätzter Aufwand	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Die Konferenz schafft eine erneute Standortbestimmung – von der Themenwahl ist sie so angelegt, dass sie maximalen Zuspruch hinsichtlich der Anzahl an Konferenzteilnehmer erreicht.
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Vertreter der Industrie aus den einzelnen Sektoren
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2014 – Mai/Juni oder Oktober

MÜNCHNER KREIS



Überationale Vereinigung für Kommunikationsforschung
Supranational Association for Communications Research