

App
Social Media Kongress
 Facebook Twitter Online Video YouTube App
 Mobile
 24. und 25. November 2010
 Hotel Nikko Düsseldorf

„Der Zug rollt schon!“

Tippen, tatschen, wischen, winken: Neue Eingabeformen und User Interfaces könnten auch die werbliche Kommunikation verändern

Schweden gewinnt die Fußballweltmeisterschaft? Die Nachricht mutet mehr wie Sciencefiction an als der Rest jenes Videos, das der schwedische Mobil-Dienstleister The Astonishing Tribe (TAT) bei Youtube eingestellt hat. In der Studie zum Thema „The Future of Screen Technology“ wacht einer der Protagonisten morgens neben seinem Mobiltelefon auf, greift darüber sofort aufs Internet zu, wo er die eingangs erwähnte Nachricht liest. Um weiter zu lesen, vergrößert er das Display seines Handys durch bloßes Auseinanderziehen. Der Verlauf des Videos zeigt weitere erstaunliche Technologien: transparente Displays auf Spiegeln oder von zwei Seiten betrachtbare Monitore, die auf Gestensteuerung wie Wischbewegungen reagieren.

Mit dem Handy die Realität erweitern
 Dass solche Szenarien nicht mehr ganz nach weltfremder Zukunftsmusik klingen (das Video soll einen Tag im Jahr 2014 darstellen) als vielleicht noch vor einer Dekade, hängt mit der rasanten technologischen Entwicklung der vergangenen Jahre zusammen. Durch den Siegeszug der Smartphones haben sich neue Nutzungsmöglichkeiten und Bedienarten für digitale Geräte und Kanäle entwickelt.

Durch die Vernetzung einer Kamera, Bilderkennungssoftware, eines GPS-Chips und des Internets kann etwa die Realität „erweitert“ werden. Nach dem Prinzip der „Augmented Reality“ wird auf dem Handydisplay die von der Kamera aufgenommene Wirklichkeit durch Informationen aus dem Netz angereichert und überlagert – etwa Informationen über Gebäude. Der Marktforscher Juniper Research glaubt, dass über solche Modelle im Jahr 2014 weltweit 732 Millionen US-Dollar umgesetzt werden könnten.

Deutlich sichtbar außerdem ist der Trend zur Bedienung per Touchscreen. Nach Apple mit dem iPhone zogen diverse Handyhersteller mit Geräten mit berührungsempfindli-



Die Zukunft könnte transparente Displays bringen, die durch Gesten gesteuert werden

chen Displays nach. Dass iPad ebnete dem Touchscreen den Weg in die Wohnzimmer der Nutzer. Gerüchten zufolge arbeitet Apple bereits an einem großen iMac, der ebenfalls auf diese Weise bedient werden kann. „Die OEM-Anbieter bringen demnächst alle Laptops mit Touch-Display auf den Markt“, sagt Norbert Hillinger vom Trendforschungsbüro Trend One. Gleichzeitig versuchen Elektronikhersteller erneut, die 3-D-Wiedergabe in der Breite zu etablieren (siehe Seite 13) – zunächst hauptsächlich im TV-Bereich. Der konvergiert jedoch immer weiter mit dem Internet.

Wie verändert diese Entwicklung die werbliche Kommunikation? „Auf Empfängerseite wird der Grad an Immersion höher“, sagt Hillinger. „Die Dinge werden fassbarer, greifbarer.“ Dadurch stellen sich neue technologische Anforderungen. Die Unter-

nehmen müssten beispielsweise 3-D-Modelle von Produkten erstellen. Zudem empfiehlt Hillinger, ähnlich wie bei Social Media, „immer den Nutzer mitzudenken“. Die Verbraucher werden mündige Teilnehmer der Kommunikation. „Werbetreiber sollten diese Innovationen jetzt bereit mitmachen, der Zug rollt schon!“, sagt Hillinger.

In naher Zukunft wird möglicherweise sogar der Touchscreen obsolet: Microsoft bringt im November mit Kinect eine Erweiterung für die Spielkonsole X-Box auf den Markt, die über zwei Kameras und ein Mikrofon die Stimme der Nutzer und ihre Bewegungen erkennt. Außer dem menschlichen Körper ist dann kein weiterer „Controller“ oder ein zusätzliches Eingabeinstrument mehr nötig. *re*

» trendone.de, kinect.de, youtube.com/user/TATMobileUI



Eine Veranstaltung von
managementforum
 Verlagsgruppe Handelsblätt

Medienpartner
absatzwirtschaft
e-commerce
marketing BORSE
ONE@ONE

www.managementforum.com/social-media