

07.06.2006 - 10:00 Uhr

Gottlieb Duttweiler Institut GDI IMPULS, Frühling 2006, widmet sich dem Schwerpunkt "Die Erweiterung der Welt: Wie digitale Landkarten unsere Märkte verändern".*Rüschlikon (ots) -*

Die neue Ausgabe des renommierten Wissensmagazins GDI IMPULS widmet sich dem Schwerpunkt Die Erweiterung der Welt: Wie digitale Landkarten unsere Märkte verändern. Diese digitale Überlagerung beeinflusst viele Bereiche der Wirtschaft, etabliert einen neuen Kanal zum Kunden und prägt den Werbemarkt der Zukunft.

Der Einstieg der Internet-Suchmaschine Google ins Kartenbusiness war der Big Bang für eine gewaltige globale Mitmachbewegung, die ständig mit Innovationen überrascht. Auch Yahoo und Microsoft investieren gigantische Summen in ortsabhängige Antworten und machen deutlich, dass wir es beim Trendthema neue Landkarten nicht länger mit Spielereien einiger Technikfreaks zu tun haben, sondern mit einer rasanten Umwälzung des Internets selbst und mit dem Startschuss für ein zukunftssträchtiges Werbemedium. Die neue Online-Geografie ist nämlich erst der Vorgeschmack auf eine Welt, in der sich über die physische Realität vielfältige digitale Erweiterungen legen, die die Benutzer ganz nach ihren Bedürfnissen konfigurieren können.

Bis in zehn Jahren werden wir in einer Umgebung leben, welche die Grenzen der menschlichen Wahrnehmung gesprengt hat. Wir werden auf schwebende Grafikobjekte klicken wie auf digitale Post-it-Zettel und überall Zugang zu ortsspezifischen, individuell filterbaren Daten haben. Der Industrie geht es dabei um nicht weniger als einen Browser für die reale Welt. Das grosse kommerzielle Potenzial dieser Idee belegen die ersten umgesetzten Businessmodelle. Erfreulicherweise sind auch Schweizer Firmen vorne mit dabei. Die Autoren von GDI IMPULS stellen dieses Geo-Web vor, beleuchten seine sozialen und technologischen Hintergründe, und fragen nach den gesellschaftlichen Folgen, wenn die elektronische Suche zum bestimmenden Faktor der Wirtschaft wird.

Ein zweiter Höhepunkt der neuen Ausgabe ist die Untersuchung des gegenwärtigen kulturellen Wandels durch den Medienanalytiker Douglas Rushkoff. Seine Botschaft: Wer mit dem Wandel Schritt halten will, muss sein Denken vom Individuum lösen und verstehen, dass Konsumprodukte zu Medien der sozialen Interaktion geworden sind.

Zusammenfassung aller Beiträge und Bestellung des Wissensmagazin GDI IMPULS online unter: www.gdi-impuls.ch

Weitere Medienauskünfte:

Tobias Gremaud

Head of Marketing & Communications

Langhaldenstrasse 21

8803 Rüschlikon

Telefon: +41 (0)44 724 62 05

Telefax: +41 (0)44 724 62 62

E-Mail: tobias.gremaud@gdi.ch

www.gdi.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002688/100510857> abgerufen werden.