

# „The next next“

Die Internetkonferenz „Digital Life Design“ vom 17. bis 19. Januar 2016 in München

Vera Linß

Alljährlich trifft sich auf Einladung der Hubert Burda Media die Internetwelt in München und feiert sich und ihre Innovationen. „Digital Life Design“, kurz „DLD“, heißt die Konferenz, die schon viele wichtige Vordenker der Digitalisierung besucht haben, darunter Facebook-Gründer Mark Zuckerberg und Eric Schmidt von Google – als Zwischenstopp auf ihrem Weg zum Weltwirtschaftsforum in Davos. Auch in diesem Jahr gab es hochkarätigen Besuch. Neben WhatsApp-Gründer Jan Koum kam auch Netflix-Chef Reed Hastings, der mit seinem Internet-Streamingdienst die Fernsehwelt umkrempelt. „The next next“ lautete das Motto der diesjährigen, zwölften Ausgabe der „DLD“.

„Infosphäre“ – das nächste große Ding

Schon am ersten Kongresstag stand für Gastgeber Hubert Burda fest: Das nächste große Ding ist die „Infosphäre“. Diesen Begriff hatte Luciano Floridi präsentiert, Professor für Philosophie und Informationsethik an der Universität Oxford<sup>1</sup>. Für Floridi ist alles, was existiert, Teil der Infosphäre. „Es ist einfach ein anderes Wort für Realität“, erklärte der Wissenschaftler. „Wenn ich die Realität unter dem Blickpunkt der Information betrachte, dann ist das die Infosphäre. Auf diese Weise verstehen wir uns und die Welt anders. Wir haben ein anderes Konzept der Realität um uns herum. Uns selbst betrachten wir z. B. als etwas, das aus einer Informations-DNA besteht.“<sup>2</sup>

Laut Floridi hat dies enorme Auswirkungen auf die Gesellschaft, etwa auf die Kommunikation. In der Infosphäre unterliege Informationsvermittlung völlig neuen Prinzipien. Menschen würden nur noch das abrufen, was sie für wichtig hielten und sich mit anderen über ihre *Interessen* organisieren; klassische Institutionen hingegen, wie etwa Parteien, würden sich auflösen. Doch wie lässt sich in diesem Umfeld vermitteln, was für eine Gesellschaft insgesamt von Bedeutung ist? Diese Frage blieb auf der Konferenz nicht nur offen. Für Reed Hastings, Chef des Streamingdienstes Netflix, ist sie nicht einmal von Relevanz. Dass etwa das klassische Fernsehen in der Digitalisierung ein Auslaufmodell ist, besorgt Hastings nicht. „Zu jeder neuen Technologie gehört, dass man Dinge verliert und Dinge gewinnt“, erklärte er. „Bei der Vorstellung, dass die Nachrichten um sechs oder um acht kommen sollten, werden zukünftige Generationen sagen: Worüber redet ihr eigentlich? Wir werden ihnen wie Aliens erscheinen. Wir leben in einer Abruf-Welt. Wir benutzen unsere Mobiltelefone rund um die Uhr. Die alte Medienwelt wird verschwinden, so wie das Festnetztelefon allmählich verschwindet.“<sup>3</sup>

#### Anmerkungen:

1

Luciano Floridi ist außerdem Mitglied eines Beirates, den Google 2014 gegründet hat, um das Urteil des Europäischen Gerichtshofes zum Recht auf Vergessenwerden vom 13. Mai 2014 umzusetzen.

2

Seine Ideen beschreibt Luciano Floridi auch in seinem Buch: *Die 4. Revolution. Wie die Infosphäre unser Leben verändert*. Frankfurt am Main 2015

3

Das vollständige Interview mit Reed Hastings findet sich auf S. 14f. dieser Ausgabe.

## Der Geist von Silicon Valley

Anfang Januar erst hatte Netflix verkündet, dass das Angebot nun weltweit empfangbar ist – mit Ausnahme von China. Streamingdienste wie Netflix hätten aber nicht das Potenzial, so integrativ zu wirken wie das Noch-Massenmedium Fernsehen, kritisierte der ZDF-Journalist Claus Kleber. Im Interview auf großer Bühne versuchte er, Hastings wenigstens ein Bedauern darüber abzurufen. Vergeblich. „Ich wollte von ihm hören, wie viel Verantwortung er dafür spürt, dass er mit seinem erfolgreichen Angebot rund um den Globus auch z. B. etablierte Kulturen von Nachrichtenvermittlung gefährdet. Und ich wollte wissen, ob er uns die Zeit lässt, uns dem anzupassen. Das tut er eindeutig nicht“, zeigte sich der ZDF-Anchor enttäuscht. „Er entwickelt sein Businessmodell und sagt: Der Rest muss sich sortieren. Und das ist der Schwung, der aus Silicon Valley kommt in vielen Feldern.“

Dieser Geist zog sich durch die „DLD“. Statt einer Reflexion über die Folgen der Digitalisierung, von der laut Weltbank noch 60 % der Menschheit gänzlich ausgeschlossen sind<sup>4</sup>, ging es vor allem um die nächste Killerapplikation im Kampf um den User. Marne Levine, Chefin des operativen Geschäfts der Foto-App Instagram, prophezeite den Siegeszug von Bilddiensten. Bilder würden zu unserer neuen Sprache werden, weil sie kulturübergreifend seien. Für Mathias Müller von Blumenron, Digitalchef der „FAZ“, ist das nächste große Ding das intelligente Auto. „Was ich aus der Konferenz mitnehme, ist, dass wir in ein sehr interessantes Zeitalter eintreten, was Mobilität angeht“, erklärte der Journalist. „In den letzten zehn Jahren war das Smartphone das Gerät, das unser Leben am meisten verändert hat. In den nächsten zehn Jahren wird sich möglicherweise das Auto am meisten verändern bzw. unsere Art und Weise, wie wir das Auto nutzen. Es wird eine Bewegung geben weg von dem PS-starken Eigentumsstatusobjekt hin zu einem Nutzungsgerät, das ich möglichst schnell und unkompliziert nutzen kann.“

## Fahrende Smartphones

Bald könnte also das fahrende Smartphone kommen – von einem Unternehmen, das klassische Medien, Autoindustrie und Internetkonzern in einem vereint. So ließe sich zumindest die Vision von Scott Galloway interpretieren, Marketingprofessor an der New York University. Als einer der wenigen Kritiker auf der „DLD“ verglich er die Dominanz der vier großen Digitalplayer Apple, Facebook, Amazon und Google mit dem Fantasyabenteuer *Game of Thrones*: „In *Game of Thrones* ist Khaleesi im Besitz von Drachen. Anfangs füttert sie die Drachen mit Ratten und Ziegen. Mit der Zeit aber werden die Drachen so groß, dass sie anfangen, Städte aufzufressen. Genauso ist es mit diesen Unternehmen. Es geht nicht darum, ob sie ins Automobil- oder Fernsehgeschäft einsteigen. Sie haben keine Wahl. Denn sie werden so groß und ihr Appetit ist so unersättlich, dass sie jeden Bereich der Wirtschaft verschlingen, der profitabel ist und der wächst“, prophezeite der Wissenschaftler in seinem Vortrag. Ein Gegenmittel hatte Galloway allerdings auch nicht parat.

<sup>4</sup> „2016 World Development Report on the Internet – Digital Dividends“. Abrufbar unter: [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2016/01/13/090224b08405ea05/2\\_0/Rendered/PDF/World0development0000digital0dividends.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2016/01/13/090224b08405ea05/2_0/Rendered/PDF/World0development0000digital0dividends.pdf)

Vera Linß ist  
Medienjournalistin  
und Moderatorin.

