A close-up photograph of a white baseball glove, likely a catcher's mitt, with a blue and orange logo that reads "POWER POINT". The glove is positioned in the center of the frame, with a blue and white checkered fabric visible in the background. The lighting is bright, highlighting the texture of the glove's leather.

A

presentation

by Wolf Siegert PhD



IRIS[®] Media

50 Jahre IFA - 25 Jahre CeBIT. Und die Zukunft?

Erkundungen zur Geschichte und Zukunft der ITK im CE
und B-to-B-Bereich am Beispiel von IFA und CeBIT

50. IFA - 25 Jahre CeBIT. Und die Zukunft?

Erkundungen zur Geschichte und Zukunft der ITK
(Informations- und Kommunikationstechnologie)
im CE- (Consumer-Electronics-) und B-to-B-
(Business-to-Business-) Bereich am Beispiel von
IFA und CeBIT

Was zu Beginn zu lesen war...

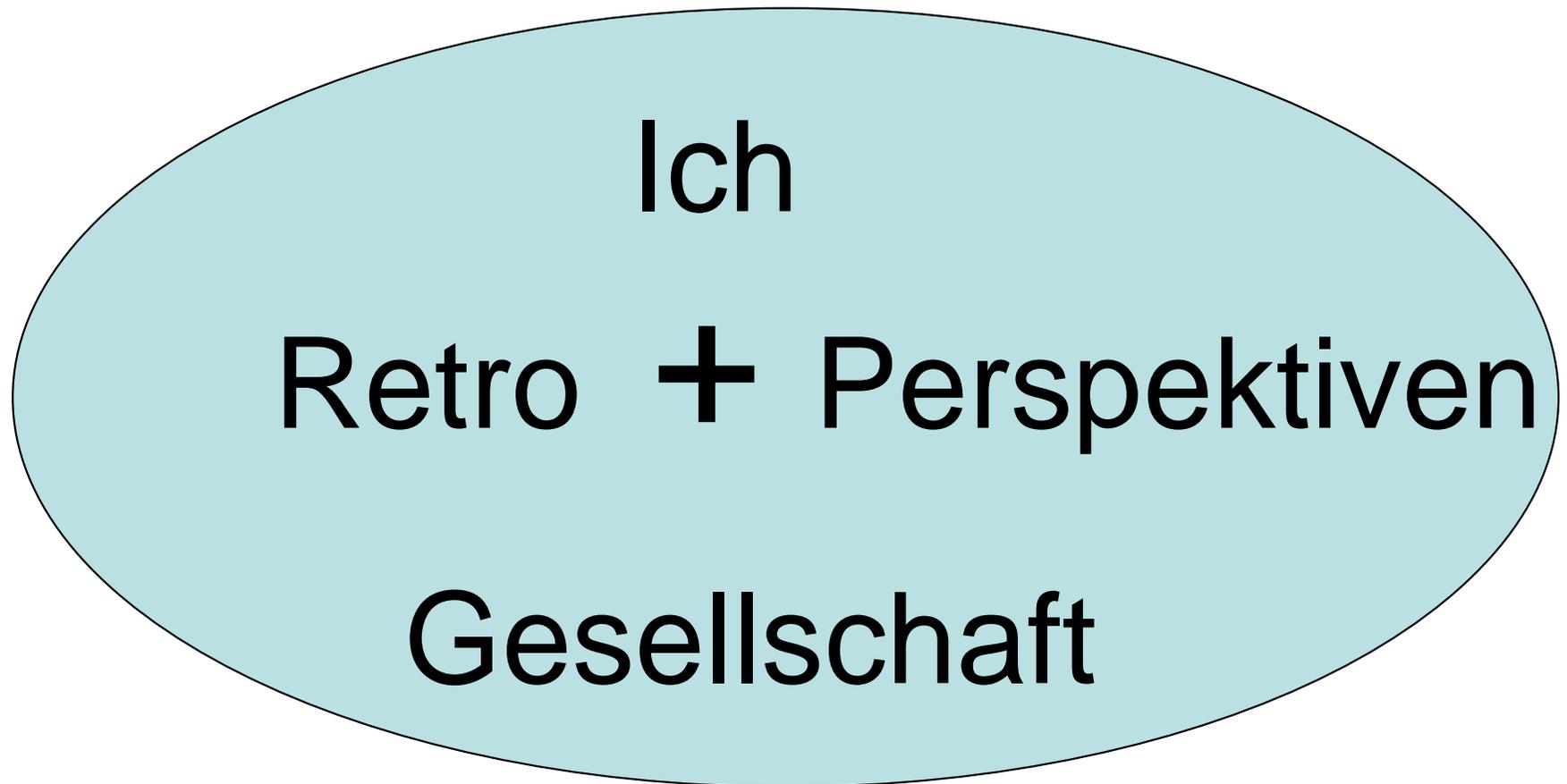
...auf der Tafel

„ANALOG“

...auf der Monitor-
Projektionsfläche

„DIGITAL“

Was auf die Tafel geschrieben wurde:



Was die Projektionswand zeigte:

WS: Vier-Achsen-Kompass wird erläutert

S: (Fast) alles ist digital

- Technik <-> Soziale Netzwerke
- „Vorsprung durch Technik“ <->
Vorteile durch neue Anwendungen
- Dominanz der Hardware <->
Dominanz der Programm(e)ierung
- Technik-Folgen-Abschätzung <->
Wer & was ist *cool, clever, kompetent?*

Was die Projektionswand zeigte:

„ThinkDifferent“ (stand auf dem 386er IBM Mitte

der 80er Jahre) [WS: gewollte Zukunft]



„Be different“ (Apple)

[WS: gelebte Gegenwart]

(Die Differenzierung wird als USP mehrheitsfähig)

Revision

„ThinkDifferent“

(stand auf dem 386er IBM Mitte der 80er Jahre)

Think Different („Denke anders“) war der Slogan einer Werbekampagne von Apple aus dem Jahr 1997, die von der Niederlassung der Werbeagentur TBWA in Los Angeles erstellt wurde.

http://de.wikipedia.org/wiki/Think_Different

THINK was a one-word slogan developed by IBM founder Thomas J. Watson, Sr. It appeared in IBM offices, plants and company publications in the 1920s and in the early 1930s began to take precedence over other slogans in IBM. [...] You can still find echoes of Watson's motto in the brand name of IBM's popular notebook computers: the ThinkPad.

http://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/vintage/vintage_4506VV2024.html



Think different.

DINK

思维

TÆNK

DENK

THINK

AJATTE

RÉFLÉCHISSEZ

SINAOINIŠ

DE

ЕЩОУ

सोचिए

RIFLETT

えよ

TENK

PENS

Was die Projektionswand zeigte:

Digitale Identität bedarf **keines Identitätsnachweises mehr** und erlaubt, das **Wunschdenken** zur „Wirklichkeit“, zumindest aber zur einer Seinsweise in einer **Ingroup** zu machen. Diese Ingroup wiederum generiert Mehrwerte neu: durch Wertschätzung und Wertschöpfung.