

# Daten sind das Gold der digitalen Geschäfte

In Berlin fand von 17–18. Mai die Next 2011 statt. Eine Konferenz über die Zukunft des Internets. Dieses Jahr mit dem Thema „Data Love“.

Wie in jedem Jahr hat man sich beim Veranstalter Sinner Schrader ein Thema ausgedacht, das einen Leitgedanken der zukünftigen Entwicklung des Internets deutlich machen soll. Und kein Thema war in den letzten Monaten so präsent in den Massenmedien wie „Daten“, vor allem in Form der Diskussion um den Schutz unserer privater Daten. Diese in Europa etwas monoton geführte Debatte wurde auf der Next in Berlin um spannende neue Aspekte aufgelockert. Auf sechs Tracks aus den unterschiedlichsten Perspektiven von Branding über Commerce und Mobile bis hin zu Social und Technology wurde das Thema aus erfrischenden neuen Blickwinkeln behandelt. Der ehemalige Google-CEO, Eric Schmidt, hat vor

Kurzem Zahlen präsentiert, nach denen die Menschheit bis 2003 nur so viele Daten generiert hat, wie aktuell alle zwei Monate produziert werden. Unternehmen wie Facebook leben da-



**Markus Schmeiduch, Konzept & Design bei der Digitalagentur Knallgrau in Berlin (davor sieben Jahre Knallgrau Wien).**

© privat

von, dass ihre Plattformen von den Usern mit privaten Daten gefüttert werden, um diese in Form von Profildaten, gepaart mit Werbung, zu wahren Geld werden zu lassen. Die Bewertung von Facebook liegt aktuell bei über 50 Milliarden Dollar. Oliver Reichenstein, ein in Tokio lebender Informations-Architekt, sprach in seiner Keynote Speech davon, dass man weniger die Daten an sich lieben sollte, sondern vielmehr die Weisheit, die durch einen vernünftigen Umgang mit Daten entstehen kann.

Die Stadt Wien hat beispielsweise vor Kurzem [data.wien.gv.at](http://data.wien.gv.at) gestartet. Damit können Bürger, Unternehmen und Kreative auf die von der Stadtverwaltung gesammelten Daten zugreifen und neue Anwendungen und Interpretationen entwickeln. Damit erhofft man sich Impulse für Demokratie und Wirtschaft.

Klar zu beobachten war, dass alle auf der Next präsentierten Erfolgs-Kampagnen und Start-ups gemein haben, dass die Community im Zentrum steht und der kollektive Partizipationsdrang die Formel des Erfolges ist. Social Media sind daher weiter das bestimmende Modell.

Datenliebe bei der Konferenz bedeutet: 1.417 Besucher, 155 Sprecher, 41 Sessions und 11.240 Tweets (Stand 19.5.2011 um 15 Uhr). Die Next11 hat es jedenfalls verstanden, ihrem Namen gerecht zu werden und in Berlin einen spannenden Denkanstoß für die Themen von morgen zu geben.

Die Next-Konferenz im Internet: [www.nextconf.eu](http://www.nextconf.eu)

*Kommentar: Markus Schmeiduch*