




Blick in die Zukunft der Kommunikation


Wie kann man im Zeitalter der Überallerreichbarkeit Kommunikation noch verbessern? Mit dieser zentralen Frage beschäftigte sich eine aktuelle Studie, die das Zukunftsforschungsinstitut [See More](#) im Auftrag von [Microsoft](#) im ersten Quartal 2012 durchgeführt hat. Sechs Thesen beschreiben dazu die Wünsche der Menschen für die digitale Kommunikation der Zukunft.



Die Zukunft der [Kommunikation](#)  sieht nicht unbedingt rosig aus: Digitale Demenz und Informationsüberflutung werden immer mehr zum zentralen Problem – trotz der Erleichterungen, die Internet und Mobilfunk mit sich bringen. Eine Studie von [See More](#) beschäftigte sich daher mit Fragen rund um die [Kommunikation](#)  im digitalen Zeitalter und möglichen Zukunftsperspektiven. 50 Meinungsführer und Experten formulierten dazu ihre Ideen und Wünsche für die Kommunikation von morgen.

These 1: "Aus Electronic Mail wird Emotional Mail": Die Studie macht deutlich: Die Menschen fühlen sich durch die Informationsflut gestresst – Emotionen machen die Masse an Kommunikation dagegen für sie erträglich. Sie wünschen sich daher mehr Gefühl in der Kommunikation – mit Botschaften, die sie nicht nur im Kopf, sondern im Herzen erreichen, zum Beispiel über die gezielte Ansprache aller fünf Sinne – von sensual-musikalischen Codes in [E-Mails](#)  bis zu unterstützenden Bildern und Movie-Clips im Hintergrund.

These 2: "Der Sender wird zum Künstler": Sowohl in der gestalterischen als auch der rhetorischen Auswahl wünschen sich die Menschen mehr Kreativhilfen – wie zum Beispiel Layout und- und Formulierungsvorschläge.

These 3: "Die [E-Mail](#)  der Zukunft werden wir nicht mehr schreiben, sondern denken": Barrieren für Kommunikation, wie Eingabegeräte, sollen in Zukunft verschwinden. Wunsch der Nutzer ist eine intuitive Eingabe, die durch Gesten, Sprache oder sogar Gedanken gesteuert werden könnte. Tatsächlich wird schon heute intensiv an so genannten Brain Computer Interfaces (BCIs) geforscht.

These 4: "Aus E-Mail wird Smart Mail": Der Wunsch nach Programmen, die mitdenken und wiederkehrende Aufgaben der Kommunikation übernehmen, ist groß. Zum Beispiel mit Hilfe von Routinen, die die Eingabe coachen und die E-Mail in Zukunft smarter machen.

These 5: "Meine Identität wird mobil": In einer immer mobiler werdenden Welt wollen die Befragten der Studie alle Informationen synchron auf jedem Gerät. Ihre virtuelle, digitale Identität soll in einem umfassenden Kommunikations-Medium überall dabei sein. Auch systemübergreifende Synchronisation muss reibungslos funktionieren.

These 6: "Ich kommuniziere, also bin ich": Menschen möchten durch Kommunikation ihre Identität aufbauen. Das Motto lautet: "Ich bin, was ich kommuniziere". Gewünscht ist ein Coaching bei der Entwicklung eines eigenen Stils, ein sich evolutionär anpassendes Kurzprofil und ein individualisierter Auftritt mit Avatar oder Profilbild, also eine Eingabemöglichkeit mit persönlicher Note.



Autor(in)

Susanne Gillner

