

Inhalt

Prolog	9
1. Smartphone:	
Fessel oder Freisprechanlage?	13
Vom tragbaren Telefon zum Alltagsgehirn:	
Communication – Content – Context	15
Showrooming:	
Cleverer Konsumenten und rechtzeitig aufgewachte Händler	20
M-Pesa-Revolution, Silicon Savannah und die Allverfügbarkeit von Kommunikation	21
Aufmerksamkeit für die Millisekunde:	
Wie Werbung künftig »auf uns zielt«	23
Location-based Marketing: Das Handy avanciert zum ausgelagerten Konsumentengehirn	29
Augmented Reality: Die Datenwelt kippt endgültig in die Realität.....	31
Das antizipative Smartphone der Zukunft	33
2. Big Data in Love:	
Wie die Digitalisierung unser Liebesleben verändert	37
Digitales Liebesglück: Milliardenmarkt und Sehnsuchtsmaschinerie ...	38
Liebesclick im Neuland: Jeder kann suchen – und finden.....	43
Love4ever: Die »Verwissenschaftlichung« der Liebe.....	45
Von der Nische über den Mainstream zum Internet of Sex.....	48
Liebe in Zeiten der Digitalisierung: Big Data = Big Love?	50
3. Zukunft des Fernsehens:	
Die alte neue »Sehsucht« im digitalen Wohnzimmer	53
Der US-Serienboom: Von der Unsterblichkeit der großen Erzählungen im digitalen Zeitalter	54
Technoide Irrwege:	
Google, Apple & Co. suchen die Lösung in den Gadgets	57
YouTube: Die Google-Guerilla verängstigt TV-Macher	60

Wohnzimmerkrieg:	
Tablet, Smartphone und (Web-)TV starten das Überallfernsehen	64
Die Netflix-Erfahrung:	
Vom DVD-Verleih zur digitalisierten Traumfabrik	66
Eine Fernsehära geht zu Ende, und das ist auch gut so	69
4. Der digitale Selbstveränderungstrip:	
Wenn Körper, Geist und Seele die optimale Datenlage suchen	77
Zukunftsmarkt: Mensch – Maschine – Internet – Mensch	78
Vom Datensammler zum Optimierungs-Nerd.....	82
Wearable Computing: Tragbare »Kontrollettis« für alle Lebenslagen ...	86
5. Die digitalen Zukunftsmacher:	
Die Datenschlacht um unser Unterbewusstsein.....	93
Schwangerschaftstest: Der Big-Data-Supermarkt weiß längst Bescheid..	94
Lernen von Obama: Wie Einzelhändler und	
Konsumgüterhersteller die Big-Data-Geschütze in Stellung bringen.....	95
Big Data, bevor es Big Data gab: Personalisierung durch Mikroanalyse..	99
Wo das Silicon Valley irrte: Die Mär vom Tod des Handels.....	102
Die Wiederentdeckung des Lebensweltlichen	111
6. Die Cyber-Ökos kommen:	
Wie die Digitalisierung den Öko-Lifestyle verändert	117
Megatrend Digitalisierung trifft Megatrend Neo-Ökologie	120
Wer digital lebt, ist vernetzt und teilt.....	123
Digital vernetzt lebt es sich ökologischer	126
Cyber-Ökos besuchen öfter Gegenwelten	128
Cyber-Ökos sind smarte Ökos.....	129
7. Data in the City: Die Stadt der Zukunft ist ein digitales Dorf.....	131
Milliardenschwere digitale Infrastrukturkonzepte	132
Keine Smart City ohne Smart Community	134
Ungebremste Stadtlust statt digitalisierte »Ortlosigkeit«.....	135
Digitale Lifestyles verändern den urbanen Raum	137
Digitalisierung treibt die Urbanisierung 2.0 voran.....	140
Von der anonymen Nachbarschaft zur digitalen Community	143
Smart City ist nicht gleich Smart City.....	146

8. Big-Data-Medizin: Hightech als Homöopathie der Zukunft.....	149
Die vier prägenden Zukunftstrends im Gesundheitswesen.....	150
Big-Data-Medizin startet jetzt – doch die Ära der personalisierten Medizin beginnt frühestens 2020	152
Die »Ver-App-ung« der Medizin.....	157
Gesundheits-Apps erziehen den Patienten zu mehr Selbstverantwortung	161
Unterwegs zu Techno-Medizin und Data-Wellness	163
9. Das digitale Eigenheim:	
Selbstüberwachung oder Öko-Luxus in vier Wänden?	167
Exkurs: Smart – die Geburt einer einflussreichen Zeitgeistvokabel.....	169
Smart Home 2.0: »Wired and green« und die (vorläufig) vergebliche Sehnsucht nach dem technologischen Nirwana	172
Katzen-Monitoring, Datenhalsbänder und das Ende des Hausschlüssels	176
Life Design und Ambient Intelligence	180
Responsiveness und Responsibility prägen die Zukunft des Wohnens	183
Epilog.....	187
Algorithmus und Alltag	187
Zehn Fragen an die digitale Zukunft	200
Über die Autoren	205
Stichwortverzeichnis.....	207