

Identitäten 2040 – Globale Megatrends und (sichere) Identität

13. Januar 2014

Fraunhofer **FOKUS**

Institute for Open Communication Systems



1. Vorstellung des Projektteams



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences

Simone Schäfer

Betriebswirtschaft, 7. Semester



Kontakt: schaefer_simone@yahoo.de

Mona Sammer

Betriebswirtschaft, 7. Semester



Kontakt: mona_sammer@web.de



1. Vorstellung des Projektteams



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences

Nicole Tordy
Betriebswirtschaft, 3. Semester



Kontakt: nicole-tordy@gmx.de

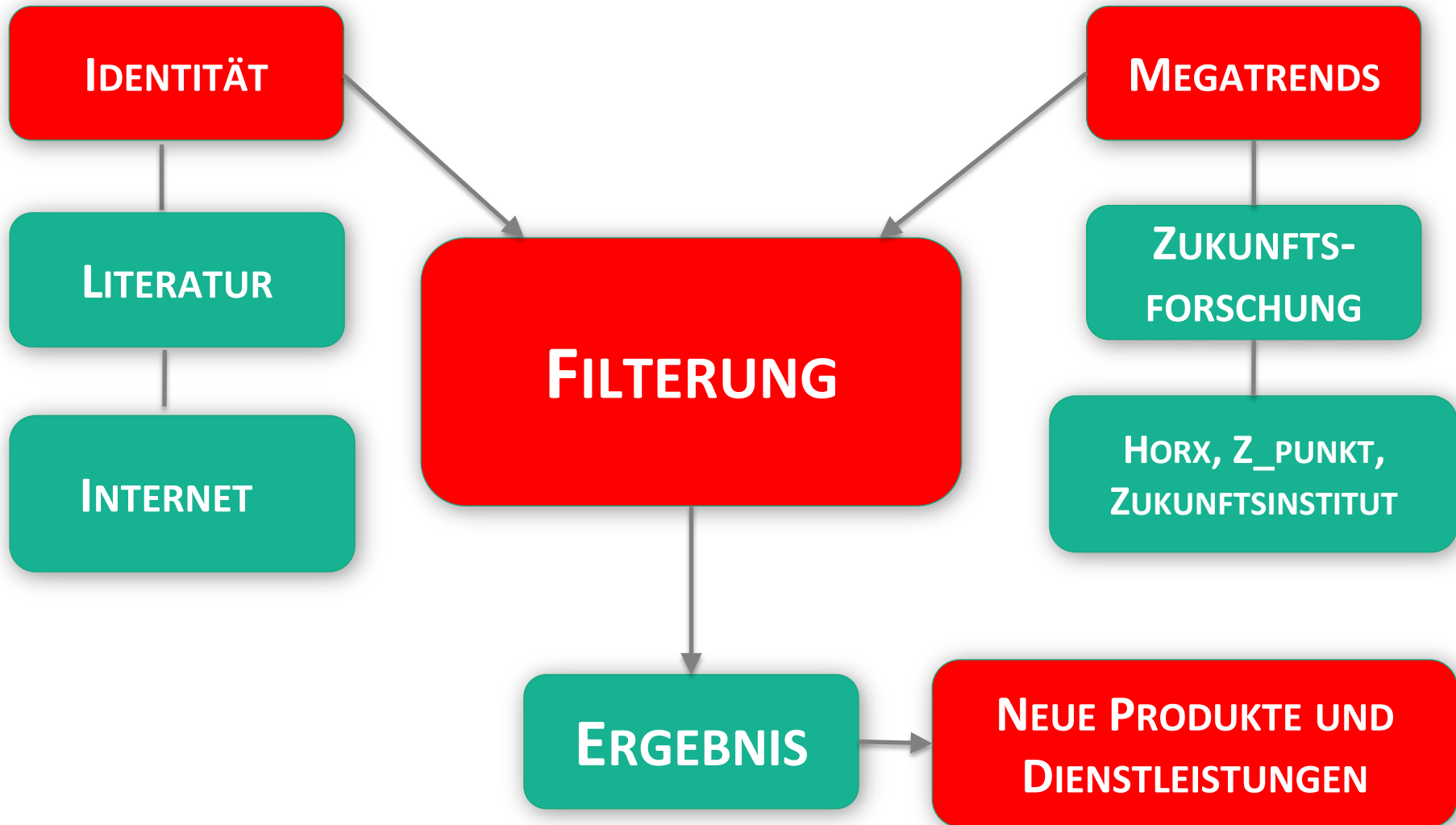
Janina Schulze
Betriebswirtschaft, 3. Semester



Kontakt: janina_schulze@gmx.de



4. Vorgehensweise



5. Diese Fragen klären wir.....

- Was bedeutet Identität?
- Was bedeutet Sicherheit?
- Was sind globale Megatrends?
- Welche globalen Megatrends gibt es und wie stehen diese im Zusammenhang?
- Welche neuen Produkte und Dienstleistungen gibt es im Hinblick auf die globalen Megatrends?
- Welchen Identitätsbezug haben die Trends?



Diese Fragen klären wir nicht.....

- Technische Details
- Lauschangriff

6. Allgemeines Identität – Definition

- Völlige oder teilweise **Übereinstimmung** mit etwas/ jemandem
- Eindeutige **Unterscheidbarkeit** einer Sache oder Person von Anderen anhand einer Summe von Wesensmerkmalen
- Die als »**Selbst**« erlebte innere Einheit
→ **Individualität** und **Einzigartigkeit** einer Person (psych.)
- Übereinstimmung personenbezogener Daten mit einer natürlichen Person (jur.)

6. Arten von Identitätsnachweisen – Personenidentitäten

- **Persönliche** Identität
Vor- und Nachname, Geburtsurkunde, Biologische Merkmale, Äußeres Erscheinungsbild
- **Öffentliche** Identität
Melderecht, Karten für den Nahverkehr, Tickets, Telefonnummer, Personalausweis, Reisepass, Führerschein, Dienstleistungsausweis, Telefon- und Internetanschluss
- **Berufliche** Identität
Campus Card, Firmen- Dienstaussweis, Erkennungsmarke, Personalnummer
- **Soziale** Identität
Sozialversicherungsnummer, Rentennummer, Steuernummer, Blutspendeausweis, Patienten ID, Verbrecherkartei, BankCard
- **Digitale** Identität
Online Games / Xbox, E-Mailadressen/Accounts, Mobiltelefonnummer, Computer IP, Downloads Lizenzen (Office), Windows 8, GPS



6. Arten von Identitätsnachweisen – Sachidentitäten

- Verkehrsmittelidentitäten

Nummernschilder, Flugnummer, Kraftfahrzeugschein, Fahrzeugidentitätsnummer

- Firmenidentitäten

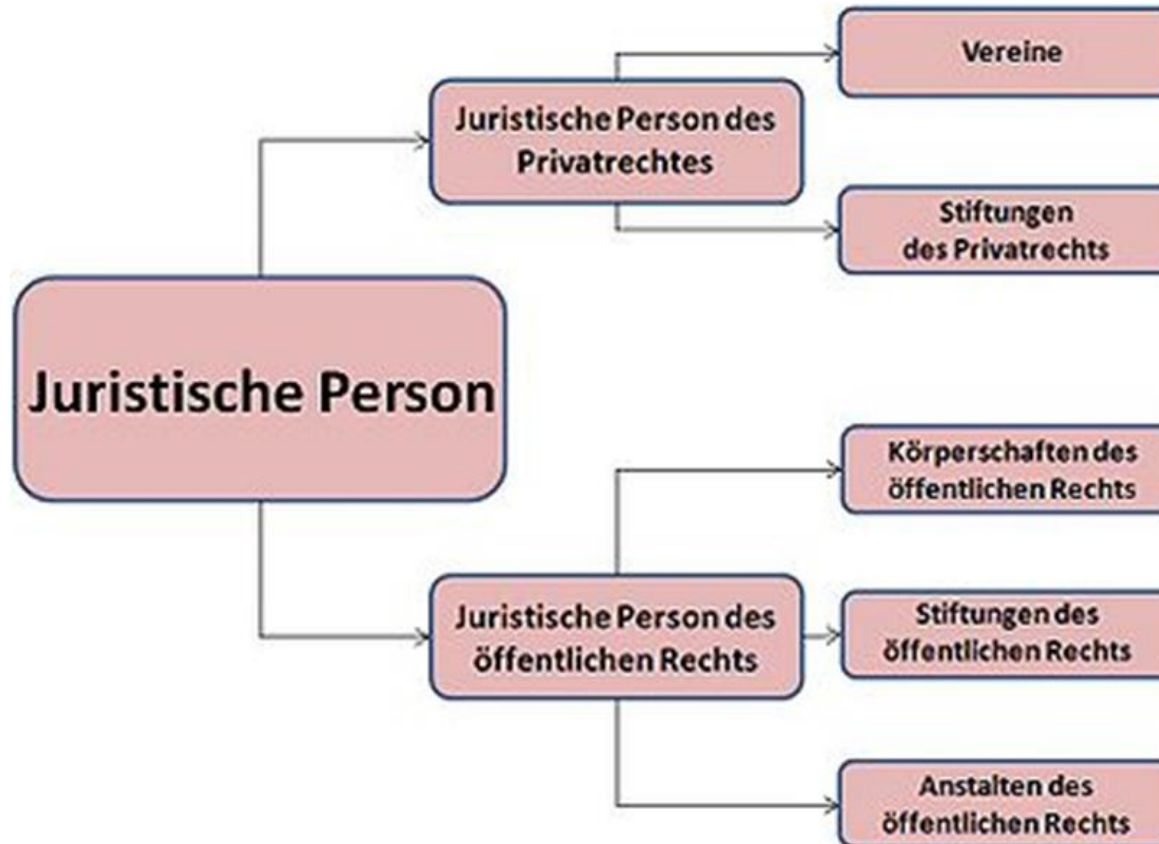
Preisschild, Firmenlogo, Etikett, Firmenaufkleber, Firmenbrand

- Objektidentitäten

Artikelnummer, Inventarnummer, IP-Adresse, Registrierungsnummer, Objektnummer (Scout ID)



6. Arten von Identitätsnachweisen – Juristische Personenidentitäten



7. Sicherheit – Was ist das überhaupt?



7. Sicherheit – Allgemeines

Sicherheitsvorkehrungen kehren Unsicherheit hervor“

(Wolfram Weidner, deutscher Journalist)

- Zustand, der frei von unvertretbaren Risiken der Beeinträchtigung ist oder als gefahrenfrei angesehen wird.
- Der Begriff Sicherheit ist eng mit den beiden Begriffen **Risiko** und **Akzeptanz** verbunden.

7. Werden neue Sicherheitsmaßnahmen akzeptiert? – **Gesellschaftliche Akzeptanz**

- In der Sicherheitskultur wird beispielsweise der neue Personalausweis von der jüngeren Generation eher akzeptiert als von der restlichen Gesellschaft.
- Im Hinblick auf die Biometrik finden wir in der Gesellschaft eine stetig wachsende Akzeptanz.
- Höhere Sicherheitsmaßnahmen werden dann eher akzeptiert, wenn dadurch eine schnellere Umsetzung der eigenen Interessen ermöglicht wird.



10. Globale Megatrends – Was ist das überhaupt?



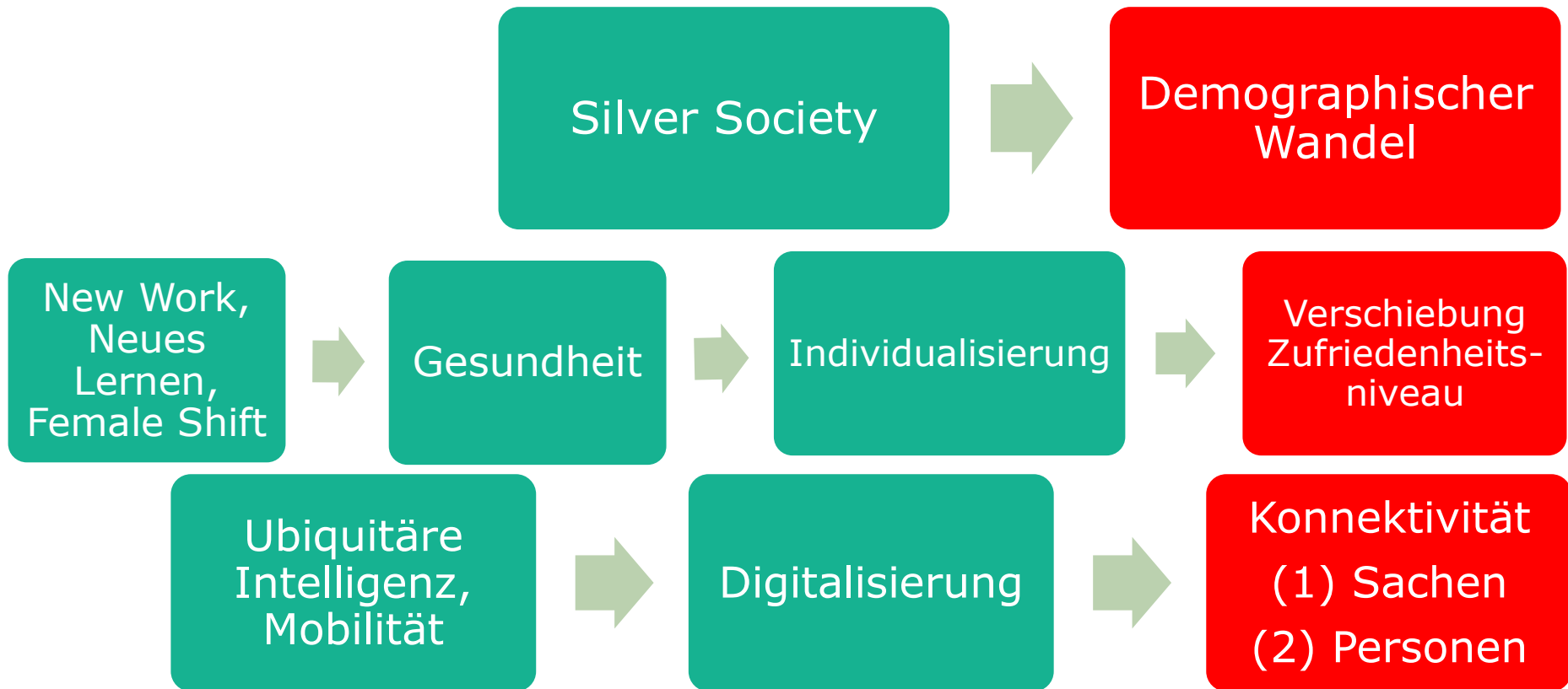
10. Globale Megatrends – Allgemeines

- **Megatrends** zeichnen sich dadurch aus, dass sie über einen Zeitraum von Jahrzehnten wirken und mindestens noch 15 Jahre in die Zukunft projiziert werden können.
- **Megatrends** wirken nicht nur lokal, sondern auch weltweit.
- **Megatrends** führen zu tiefgreifenden Änderungen in politischen, sozialen und wirtschaftlichen Strukturen.
- **Megatrends** beeinflussen Regierungen, Unternehmen und Einzelpersonen gleichermaßen.
- **Megatrends** sind ausschlaggebend für die Entwicklung bestehender und zukünftiger Märkte.



10. Themenspezifizierung – Zusammenhänge der globalen Megatrends

- Feststellung einer Taxonomie für die Megatrends:



10.1 Demographischer Wandel – Wichtige Erkenntnisse

- Phänomene „Silver Society“ & „Downaging“
= das Heraustreten aus traditionellen Altersrollen
= subjektiv empfundenes, "gefühltes" Alter =
tatsächliches Alter minus 10 bis 15 Jahre
- Enorme Kaufkraft („konsumfreudige Genießer“)
- Erhebliches Know-How
Die Jungen mögen schneller rennen, aber die Alten kennen die Abkürzungen...
- Stetiger Wunsch nach Mobilität und Selbstständigkeit
➔ **Notwendigkeit der Heranführung der Senioren an Technik/ IT**
- Deutschland 2030 – Weniger Menschen, aber mehr Autos



10.2 Konnektivität – Digitale Vernetzung und ihre Konsequenzen

- Die modernen Kommunikationstechnologien schaffen eine Welt der Verbindungen und Vernetzungen.
- Die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung beschränken sich nicht mehr nur auf die reichen Länder.
- Eine neue Generation wächst heran, für die Bezeichnungen wie SMS, Youtube, Facebook, Twitter oder Blogs, die zur Alltagswelt gehören.
- Die zunehmende digitale Vernetzung ist der neue Megatrend, der Wirtschaft und Gesellschaft in den kommenden Jahrzehnten entscheidend prägen wird.



10.2 Konnektivität von Sachen – Ubiquitäre (allgegenwärtige) Intelligenz: Neue Schnittstellen und ihre intelligente Umgebung

- Das Internet erobert die Welt der Dinge – das „Internet der Dinge“ entsteht.
- Von der Multimediatapete bis zum intelligenten Cockpit im Auto, überall verbergen sich Computer, die selbstständig miteinander kommunizieren und Prozesse steuern und optimieren.
- Das Leben wird einfacher – aber auch einfacher zu überwachen sein.



10.4 Verschiebung Zufriedenheitsniveaus – Individualisierung



Das Zusammenleben

- Großfamilie -> Singlehaushalt
- Gleichgeschlechtliche Ehen
- Weg von gesellschaftlichen Zwängen



Der Mensch

- Stärkeres Selbstverwirklichungsbedürfnis
- Streben nach Individualität
- Herr über sein Leben sein

10.4 Verschiebung Zufriedenheitsniveaus – Gesundheit



Essen und Bewegung

- Weg von Fastfood
- Weniger Raucher
- Bewusste Ernährung
- Mehr Vitamine
- „Marathonfieber“

Krankensysteme

- Passen sich an Bedürfnisse an
- Weniger Kindersterblichkeit
- Privatisierung

10.4 Verschiebung Zufriedenheitsniveaus – New Work; Female Shift; Neues Lernen



Neue Arbeitsmodelle

- Eingehen auf ältere AN
- Home Office
- Mehr Leiharbeitnehmer
- Teilzeitkräfte
- E- Learning Plattformen
- Virtuelle Hochschule

Gesetzliche Frauenquote

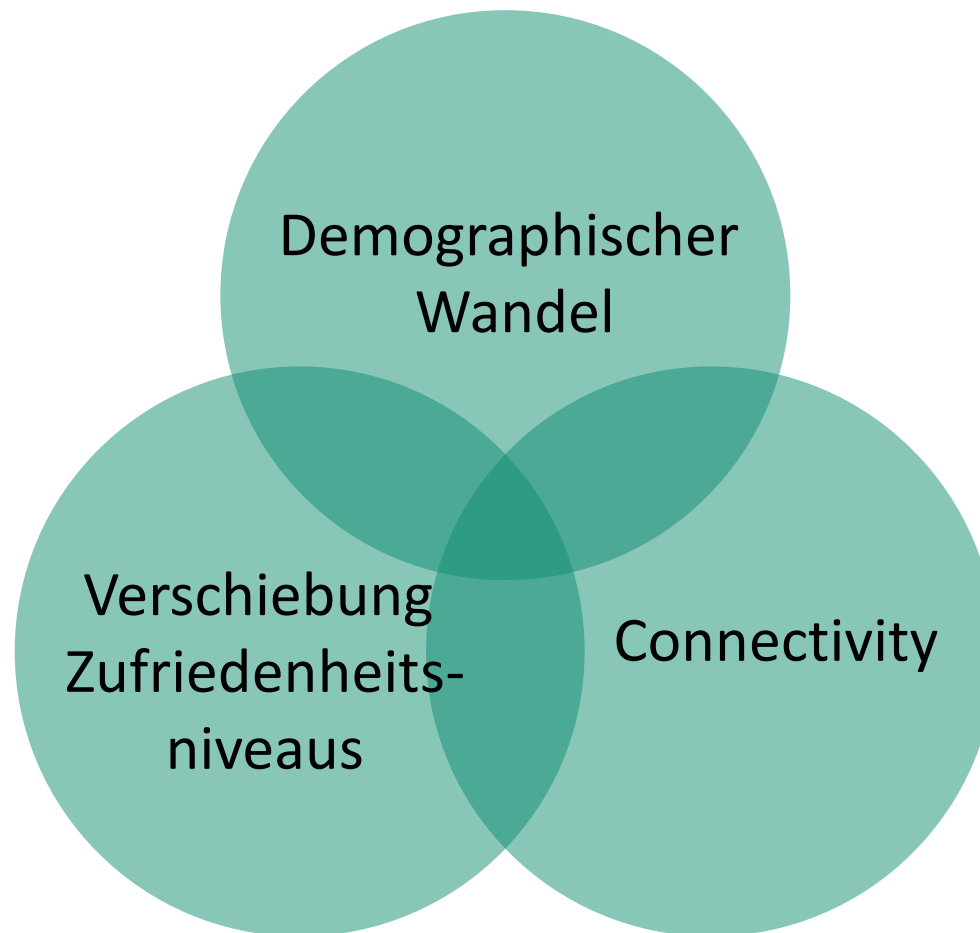
- Topmanagement
- Vereinbarkeit Familie und Beruf

Work-Life Balance

- Sabbaticals
- Kreative Jobs
- „Freiberufler“



11. Erkennbare Zusammenhänge



13. Herausforderungen der globalen Megatrends

- Heranführung der älteren Generation an die Technik.
- Technische Ausführungen müssen einfach zu bedienen und für jeden verständlich sein.
- Anmeldung bei Portalen so einfach wie nötig aber so sicher wie möglich.
- Daten besser schützen bzw. Datenmissbrauch komplett vermeiden.
- Mehr Akzeptanz in der Bevölkerung schaffen.
- Identitäten eindeutig nachweisen und zuordnen.

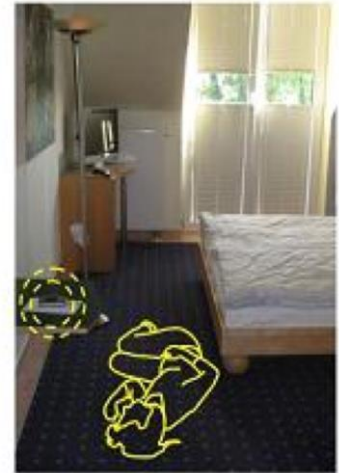


15.1 Demographischer Wandel – Was bringt uns die Zukunft?

- **Monitoring**

- Sicherheits- & Überwachungselektronik mit Erinnerungsfunktionen

- z.B. Projekt **SensFloor** *, Projekt **TSA***



- **Technische Führungs- & Begleitsysteme**

- z.B. Projekt **Barrierefreier Tourismus für Senioren mit einem WLAN-gestützten Navigations- und Informationssystem – ACCESS***

- **e-Commerce-Boom**

- Umsatz 2012: **29,5 Milliarden €** im E-Commerce (HDE)*

- ➔ Kontinuierlicher Wachstum

- ➔ Gerade ältere Generation zunehmend auf das Internet angewiesen



*Unterstützt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung



15.2 Konnektivität von Sachen – Was bringt uns die Zukunft?

Smartphones & Co.



- Was tun Menschen wie, wann, wo und womit
- Unternehmenskommunikation
- Immobilienbranche

TV von Morgen



- Konnektivität spielt zunehmende Rolle
- Fernseher mit dem Internet verbunden
- Interaktive Inhalte gewinnen an Bedeutung

Crossmedia



- Wird immer wichtiger
- QR-Codes in Printmedien
- Verweise auf Websites in Fernsehprogrammen



15.4 Verschiebung Zufriedenheitsniveau – Was bringt uns die Zukunft?

Individualisierter
Handel



- Autos
- Smartphones
- Kleidung

Gesundheit



- Arzt Check- In über Drehkreuz
- Gesundheitsportal als soziales Netzwerk
- Verspätung durch Push-Up Apps
- Gesundheitsausweis-Sammelpunktesystem

New Work



- Virtuelle Hochschule
- E- Learning
- Ein-/ Ausstechen über Smartphone von zu Hause
- Nutzung digitaler Medien



17. Ergebnisse im Überblick

Trends	Vorliegende Fakten	Schlussfolgerung	Zukünftige Szenarien
Demographischer Wandel	<ul style="list-style-type: none"> - Schrumpfung der Bevölkerung - Überalterung der Gesellschaft 	<ul style="list-style-type: none"> -Enorme Kaufkraft -Stetiger Wunsch nach Mobilität und Selbstständigkeit -Notwendigkeit der Heranführung der Senioren an Technik/ IT -Weniger Menschen, aber mehr Autos 	<p>Monitoring</p> <p>Technische Führungs- & Begleitsysteme</p> <p>e-Commerce-Boom</p>
Connectivity von Personen	-Zunehmende Bedeutung social media im Alltag	-Sozialen Netzwerkehorizont erweitern	Social Media als wichtige Zukunftskomponente
Connectivity von Sachen	-Extreme digitale Vernetzung erkennbar	<ul style="list-style-type: none"> -neue Mobilitätsmuster -ubiquitäre Intelligenz 	<p>Smartphones</p> <p>TV von Morgen</p> <p>Crossmedia</p>
Verschiebung Zufriedenheitsniveau	-Mit Steigendem Einkommen steigen Ansprüche & Bedürfnisse	-Streben nach Gesundheit, Individualität & neuen Arbeitsmodellen	<p>Anforderungen an Gesundheitssystem steigt</p> <p>Virtuelle Arbeitsmodelle</p> <p>Individualität in verschiedenen Geschäftsbereichen</p>



Contact

Fraunhofer Institute for Open Communication Systems FOKUS

Kaiserin-Augusta-Allee 31
10589 Berlin, Germany

Tel. +49 (30) 34 63 -7000
Fax +49 (30) 34 63 -8000

info@fokus.fraunhofer.de
www.fokus.fraunhofer.de

Institute Director

Univ.-Prof. Dr.-Ing. habil. Prof. e.h. Dr. h.c.

Radu Popescu-Zeletin

Tel. +49 (30) 34 63 -7206
radu.popescu-zeletin@fokus.fraunhofer.de

Deputy Director

Dipl.-Inf.

Gerd Schürmann

Tel. +49 (30) 34 63 -7213
gerd.schuermann@fokus.fraunhofer.de

Assistant/Secretary

Anja Gersch

Tel. +49 (30) 34 63 -7300
anja.gersch@fokus.fraunhofer.de

Kirsten Lohmar

Tel +49 (30) 34 63 -7201
kirsten.lohmar@fokus.fraunhofer.de

