

Tekst 7

Technik auf Speed

Zuerst die Digitalisierung, jetzt das Internet. Die Weiterentwicklung von Geräten erfolgt in atemberaubendem Tempo. Viele Unternehmen können nicht mehr mithalten.

(1) MP3-Player? – Kauft kein Mensch mehr. Spielkonsolen – ein Auslaufmodell. Notebooks – werden von Tablet-Computern verdrängt. Fernseher – gefragt wie nie, aber für viele Anbieter ein Verlustgeschäft. Die Liste zeigt: Die Innovationszyklen in der Elektronikindustrie werden
5 immer 18, der Wettbewerb unter den Konzernen entsprechend härter. Ruhepausen gibt es für die Hersteller keine mehr, denn nach der Digitalisierung steht jetzt schon der nächste Umbruch an: „Das Internet hat sich wie ein unsichtbares Band um die Branche gelegt. Die Vernetzung von Produkten und Medien führt zu völlig neuen Spielregeln“,
10 sagt Dieter Kempf, Präsident des High-Tech-Verbands *Bitkom*.

(2) Diese neuen Regeln haben vor allem die amerikanischen Unternehmen *Apple* und *Amazon* aufgestellt, indem sie Handys, Tablet-Computer und E-Books an einen Online-Zugriff auf Inhalte wie Bücher, Filme oder Musik gekoppelt haben. Diese „Ökosysteme“ aus einer Hand
15 binden die Kunden so fest an sich, dass die Konkurrenz fast keine Chance mehr hat.

(3) Opfer sind zum Beispiel Speichermedien wie die DVD, die vor nicht allzu langer Zeit als Nachfolger der CD eingeführt wurde, aber nun schon wieder ein Auslaufmodell ist. 60 Prozent der Internet-Nutzer in
20 Deutschland geben an, dass sie 21 Silberscheibe 21, hat eine Umfrage des Beratungsunternehmens *Deloitte* ergeben.

(4) Stattdessen werden die Inhalte in riesigen Rechenzentren, der sogenannten Cloud, gespeichert. Mit Hilfe schneller Internet-Verbindungen greifen die Nutzer lieber jederzeit und überall auf die Filme
25 oder die Musik zu. Drei Viertel der Befragten speichern schon ihre Fotos in der Cloud.

(5) Das ist nicht nur praktisch – es ändert auch Geschäftsmodelle fundamental: „Der Trend geht weg vom Besitz und hin zur Nutzung von Inhalten“, sagt *Bitkom*-Experte Michael Schidlack. Filme werden seltener
30 gekauft und nur für einen begrenzten Zeitraum zum Anschauen geliehen. Mit den Internet-Fernsehern (Smart TV) hat sich diese Entwicklung erst richtig beschleunigt. Hatten 2012 nur fünf Prozent der TV-Geräte in Deutschland einen Internetanschluss, so waren es Ende 2013 schon 25 Prozent. Mehr als die Hälfte der zehn Millionen Fernseher, die in diesem
35 Jahr in Deutschland verkauft werden, können aufs World Wide Web zugreifen. Die Infrastruktur für das individuelle Sehvergnügen wird in den Wohnzimmern gerade aufgebaut.

(6) In der Musik ist das Modell schon weit fortgeschritten. „Mehr als zwölf Millionen Bundesbürger hören mittlerweile Musik-Streams aus dem Netz“, sagt Schidlack. Die *Deutsche Telekom* ist gerade auf diesen Zug aufgesprungen und hat sich mit dem führenden Anbieter *Spotify* verbündet, der 18 Millionen Titel auf seinen Rechnern liegen hat. „Unsere Kunden haben Zugriff auf die ganze Welt der Musik – ohne die eigenen Speicher zu füllen. Streaming ist das Geschäftsmodell der Zukunft im Musikmarkt“, hofft Niek Jan van Damme, Deutschland-Chef der *Telekom*.

(7) Leidtragende dieser Entwicklung sind die Hersteller der Abspielgeräte, die um ihre Existenz bangen müssen, weil sie von Alleskönnern wie Smartphones oder Tablets verdrängt werden. Entsprechend lang ist die Liste der Unternehmen, die von diesen Technologiesprüngen böse überrascht wurden: *Nokia*, *Sony*, *Kodak*, *Dell* oder *Hewlett-Packard* haben bisher keine überzeugenden Antworten auf die Verschiebungen gefunden.

(8) Noch ist die Entwicklung nicht abgeschlossen. Individuelle Empfehlungen der Freunde in den sozialen Netzwerken, intelligente Suchfunktionen für die gewünschten Inhalte und die Verknüpfung zwischen erstem (TV) und zweitem Bildschirm (Tablet) mit neuen Steuerungsmöglichkeiten erwartet Klaus Böhm, Leiter Media bei *Deloitte*.

(9) So könnten Geräte, die auf Körper- oder Handbewegungen reagieren, die Unterhaltungselektronik weitertreiben. Die veränderte Mediennutzung erhöht die Komplexität für die Industrie. Die Kunst liegt darin, neue Funktionen für den Nutzer wieder einfach zu machen.

naar: *Focus*, 03.09.2014

Tekst 7 Technik auf Speed

1p 18 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 5?

- A einfacher
- B komplizierter
- C kürzer
- D länger

„neuen Spielregeln“ (Zeile 9)

1p 19 Was beinhalten diese neuen Spielregeln?

- A das den Medienunternehmen drohende Verbot auf Kartellbildung
- B das durch die großen Anbieter auferlegte Verbinden von Inhalten und Geräten
- C die immer strenger werdenden Umweltvorschriften der Behörden
- D die schnelle Entwicklung von Produkten durch die Elektronikindustrie

- „dass die Konkurrenz fast keine Chance mehr hat“ (Zeile 15-16)
- 1p 20 In welchem Absatz wird diese Tatsache konkretisiert?
- A im 4. Absatz
 - B im 5. Absatz
 - C im 6. Absatz
 - D im 7. Absatz
 - E im 8. Absatz
- 1p 21 Welche Ergänzungen passen in die Lücken in Zeile 20?
- A auf die ... verzichten können
 - B mit der ... umgehen können
 - C sich für die ... entscheiden wollen
- „Mit den Internet-Fernsehern (Smart TV) hat sich diese Entwicklung erst richtig beschleunigt.“ (Zeile 31-32)
- 1p 22 Worauf bezieht sich „diese“?
- A Darauf, dass die Geschäfte, wo man sich Spiele, Filme oder Musik ausleihen kann, verschwinden werden.
 - B Darauf, dass die Konsumenten immer weniger Datenträger kaufen werden.
 - C Darauf, dass die Verbraucher in Zukunft mehr Daten in der Cloud speichern werden.
 - D Darauf, dass man das Internet bald nur noch über den Fernseher besuchen wird.
- 1p 23 Der 8. Absatz ist in Bezug auf den vorhergehenden Absatz
- A eine Bestätigung.
 - B eine Erweiterung.
 - C eine Relativierung.
 - D eine Zusammenfassung.
- „Die Kunst ... zu machen.“ (Zeile 59-60)
- 1p 24 Diese Aussage enthält
- A ein Angebot.
 - B eine Empfehlung.
 - C eine Warnung.
 - D ein Klischee.