

Produktive Störungen

Bei den „Luxembourg Internet Days“ wissen Insider die kreative Kraft des Störenfrieds Internet zu schätzen

LUXEMBURG
SVEN WOHL

Die Internettechnologien haben unser Leben grundsätzlich verwandelt. So viel wurde gleich bei der Eröffnung der „Luxembourg Internet Days“ von Marco Houwen, dem Präsidenten der LU-CIX asbl, erwähnt. Passend dazu kündigte Premierminister Xavier Bettel an, dass pünktlich für die Übernahme des Vorsizes im Rat der Europäischen Union Luxemburg zur „Wi-Fi-Hauptstadt“ auserkoren wird. Im zweiten Semester 2015 sollen dann alle Wi-Fi Hotspots für die Dauer des Vorsizes für jeden gratis werden. Abgesehen davon betonte der Premier die Wichtigkeit der Zusammenarbeit im digitalen Bereich zwischen öffentlichen Institutionen und dem Privatsektor: „Wir müssen Hand in Hand arbeiten, um aus Luxemburg eine ‚Smart Nation‘ zu machen (...)“.

Big in Japan

Weitaus weniger spektakulär und publikumswirksam war da der Rest der Veranstaltung, die bis heute andauert und einen Zusammenschluss der vorigen Events „luxembourg-gaming.com“, „luxembourg-security.com“ und „luxembourg-datacenters.com“ bildet. Bei verschiedenen Keynotes gewährten jedoch Industrie-Insider Einblicke in ihre Welt und die jeweiligen Herausforderungen, die dabei zu finden sind. Kenji Hirose, der CEO von Rakuten Europe, schilderte, wie der japanische Gigant versucht, sich im europäischen Markt zu etablieren. Dabei wird weniger darauf gesetzt, alle Angebote und Produkte über eine Plattform an die Kunden zu bringen, sondern man konzentriert sich auf einzelne Dienste. Kenji Hirose hält dabei fest, dass während man in Japan mit mehr als 94 Millionen registrierten Nutzern an vielen Märkten vorne im Rennen liege, man sich in Europa erst noch etablieren müsse. In Japan konnte man sich jedoch profilieren, da man bekannte Märkte mit den Möglichkeiten des Internets verband.

In die Röhre geschaut

Ähnliche disruptive Kräfte sind auch in der Medienwirtschaft zu sehen: Rhys Noelke, Vize-Präsident beim



Xavier Bettel ließ sich die eine oder andere Innovation auch direkt erklären

Foto: Isabella Finzi

„Business Development“ bei „RTL Group“, beschreibt, wie sich das oft totgesagte Fernsehen im Zeitalter des Internets entwickeln musste, um zu überleben. So

„Wir müssen Hand in Hand arbeiten, um aus Luxemburg eine ‚Smart Nation‘ zu machen“

XAVIER BETTEL, Premierminister

sprach dieser in seiner Keynote von einer zunehmenden Fragmentierung des Marktes, wo die Kunden immer mehr Angebote zur Auswahl hätten. Zum einem nähmen die Nischen-Sender zu, zum anderen könne sich auch der „Video on Demand“-Sektor immer weiter profilieren. Dabei schätzt man ein, dass dieser Markt ab 2018 bei 15-20% Anteil des Gesamtmarktes stagnieren wird. Der Grund: Nicht jeder wolle sein eigener Programmdirektor sein. Gleichzeitig versucht man sich auf Youtube und anderen Plattformen mit eigenem Content zu positionieren. Dabei spielen diese Plattformen nur eine untergeordnete Rolle: Die Wiederverwertung des eigenen Materials auf eigenen Plattformen ließe sich auch wesentlich einfacher monetisieren. ●