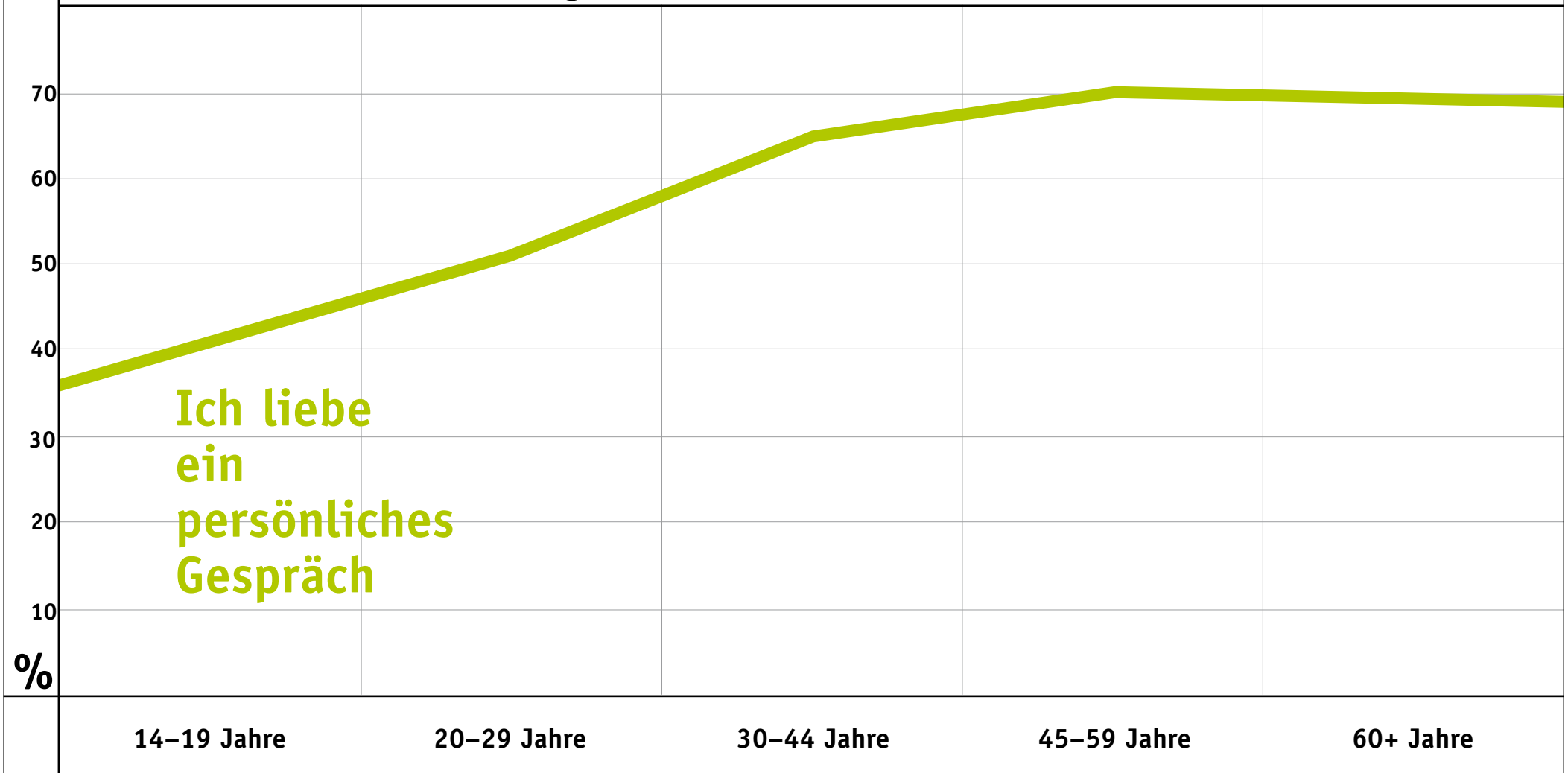


# Netzwerkökonomie

Die Krise als Chance: Den Strukturwandel von der  
Industriegesellschaft zur Netzwerkökonomie nutzen

# Mediensozialisation: Babyboomer suchen räumliche Nähe



Quelle: „Gesprächskultur in Deutschland“, Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach, 2009; Basis: BRD, Bevölkerung ab 14 Jahre

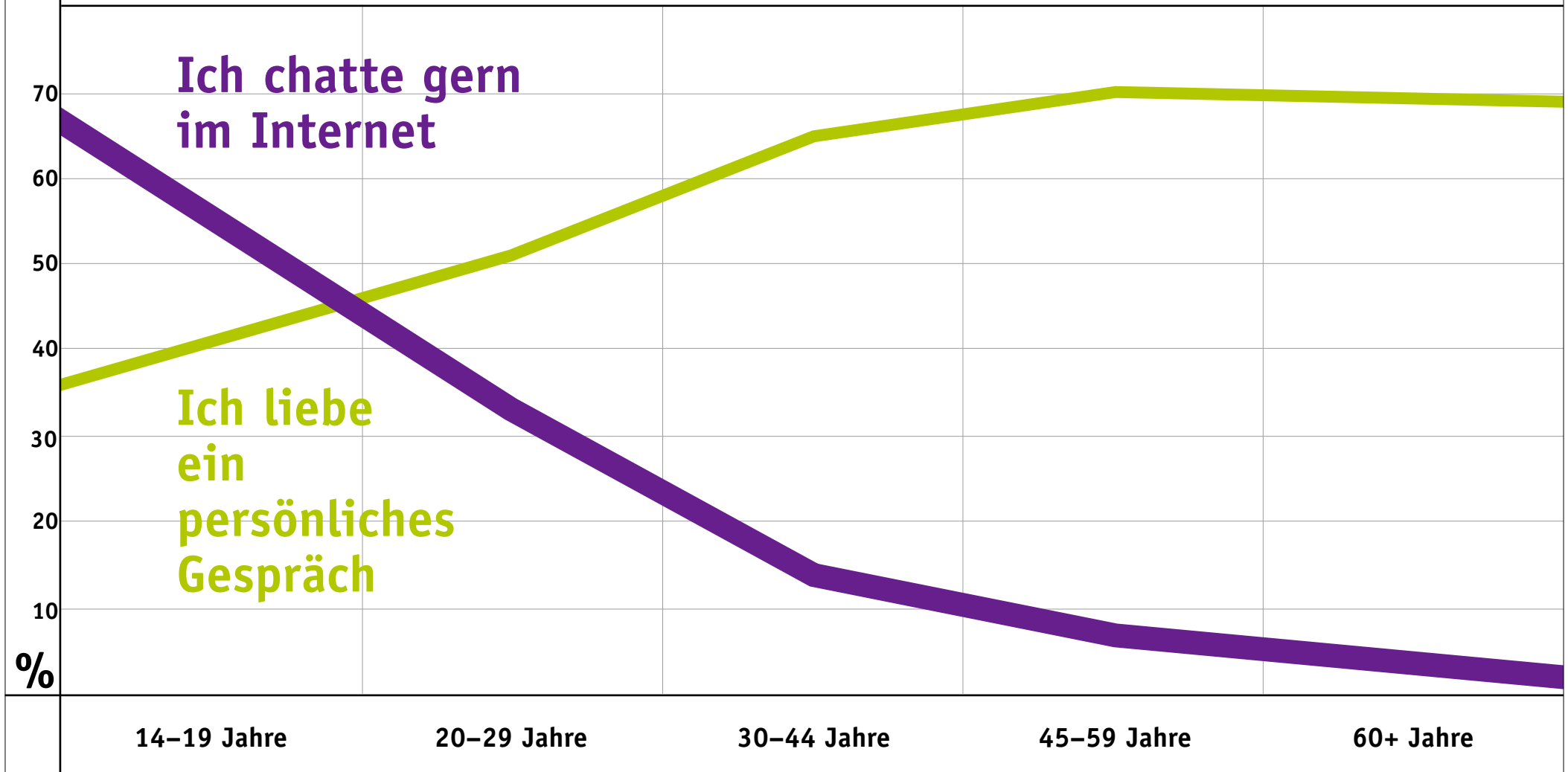
5. Hamburger Unternehmerinnentag

**TREND**<sup>®</sup>  
BÜRO

[www.trendbuero.com](http://www.trendbuero.com) →

4

# Mediensozialisation: Netzwerkkinder suchen mediale Nähe



Quelle: „Gesprächskultur in Deutschland“, Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach, 2009; Basis: BRD, Bevölkerung ab 14 Jahre

5. Hamburger Unternehmerinnentag

**TREND**<sup>®</sup>  
BÜRO

[www.trendbuero.com](http://www.trendbuero.com)

→ 5

---

# 1. These Netzwerkökonomie Netzwerkmedien werden zur Infrastruktur – Datenbanken zu Fabriken des 21. Jahrhunderts

---

# 2. These Netzwerkeconomie Beziehungen statt Produkte bestimmen die Ökonomie

---

# 3. These Netzwerkökonomie

## Neue Organisationsprozesse: Schwarmintelligenz

### für smarte Massenmärkte

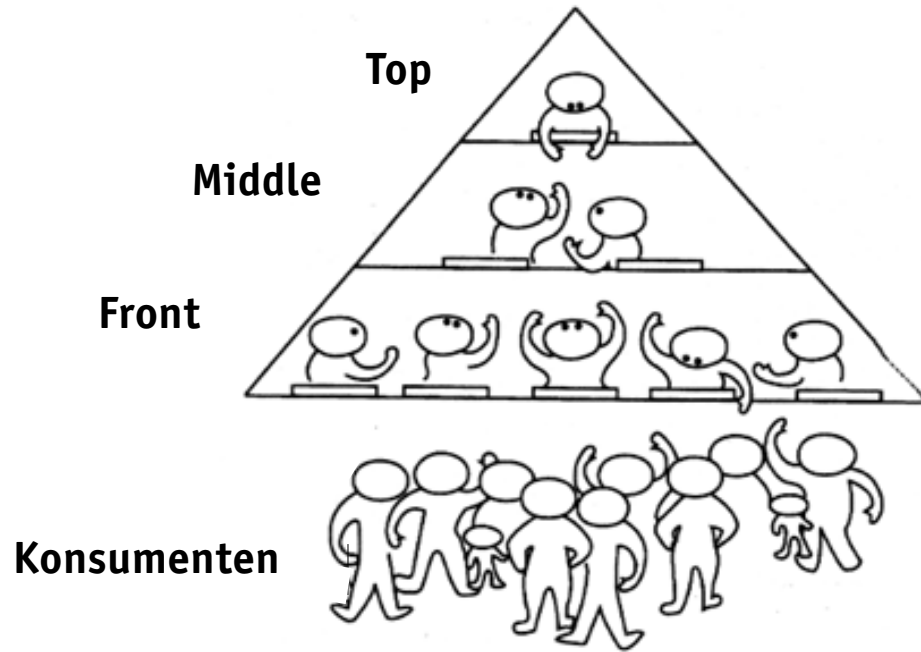
## Hypertargeting

### für persönliche Produkte

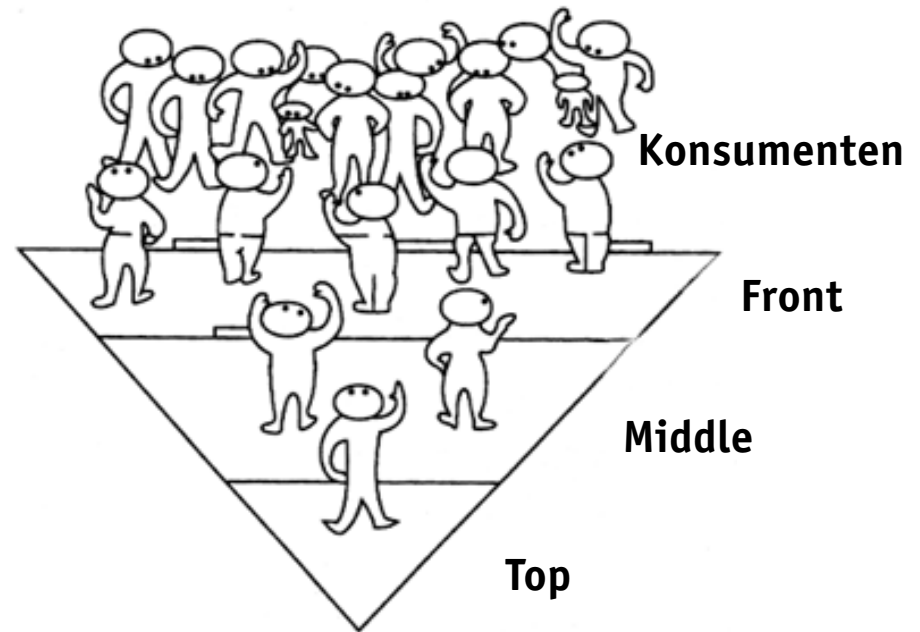
---

# Hypertargeting wird zum Organisationsprinzip des Marktes für persönliche Produkte

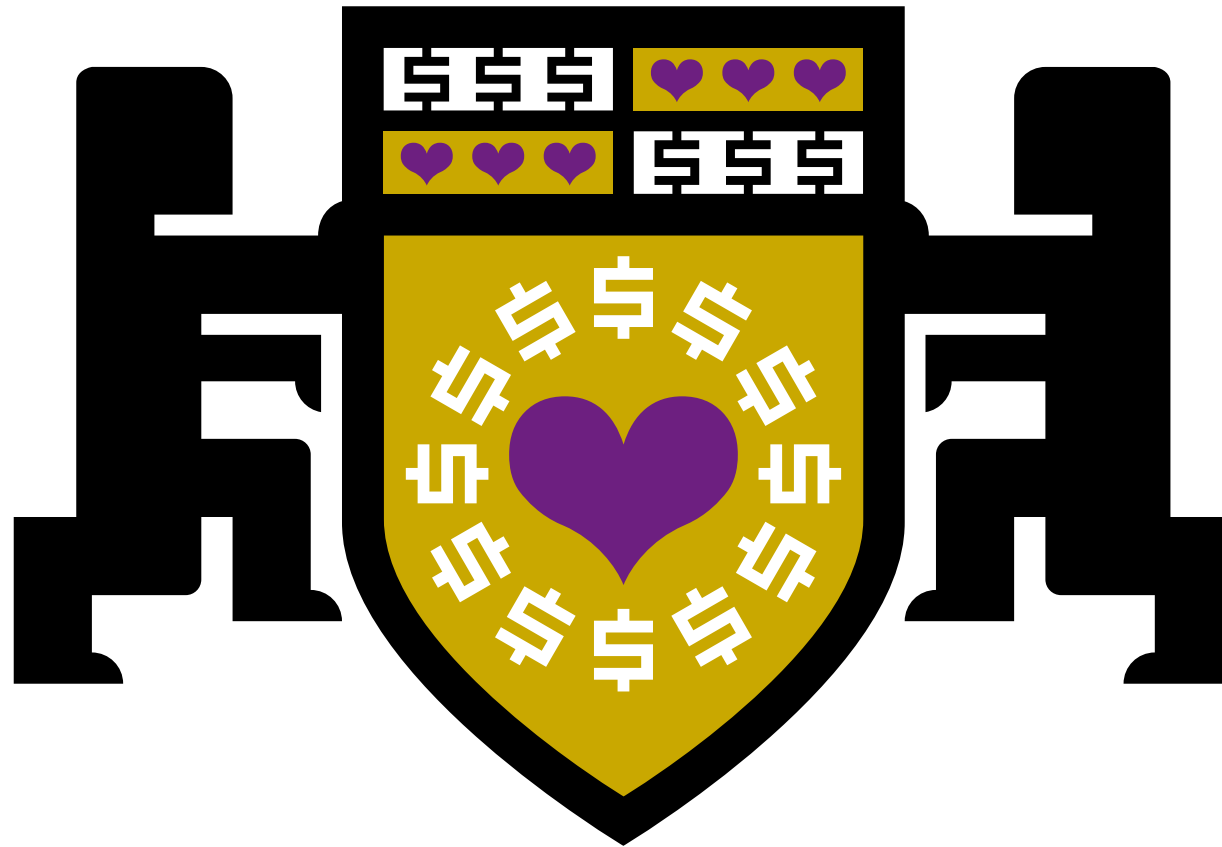
# Netzwerkökonomie Beziehungen



# Industrieökonomie Produkte



©2008. Alle Rechte vorbehalten. Die in dieser Präsentation dokumentierten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum der Trendbüro – Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die unautorisierte Nutzung, die vollständige oder teilweise Vervielfältigung sowie die Weitergabe an Dritte sind nicht gestattet.



[www.trendbuero.com](http://www.trendbuero.com)

**TREND**<sup>®</sup>  
BÜRO