

Warum mobile so sexy ist

von **Marcel Tuljus** am **1. Dezember 2015**

#mmd15 Wie man Authentizität digital lebt ... Mit Philipp Steuer pic.twitter.com/QTD6gYwpCx

— Gunther Schunk (@VBM_GSchunk) 24. November 2015

Mehr als 500 Besucher und der gefühlte Altersdurchschnitt der Konferenz lag bei 21 Jahren. Dresscode: Hoody-Style. Man hat gespürt, dass wir uns auf einer Konferenz befinden, die sich mit der digitalen Welt beschäftigt. Ein kurzes, persönliches Resümee vom Mobile Media Day in Würzburg:

Mobile ist Realität (und trotzdem spannend)

Sie sind vorbei, die Zeiten, in denen einen Anwendungen, Apps und Nutzergewohnheiten junger Menschen verwundern. Es ist eher das Gegenteil der Fall. Schockieren kann einen kaum etwas mehr. Für mich als Anfang 30iger, der sich den ganzen Tag mit diesen Themen beschäftigt, gibt es selten Überraschungen auf Konferenzen. Die Überraschung ist immer öfter ein Stück weit die Erkenntnis, wie normal diese mobile Welt mittlerweile ist, wie völlig entspannt die vielen Studenten auf dem #MMD15 mit dem Thema umgegangen sind und wie absurd sie teils die „alte Welt“ finden.

War es vor einigen Jahren noch ein lustiger Haufen Nerds, die sich mit diesen Themen beschäftigt haben, ist der Nachwuchs von heute völlig anders aufgestellt. Es entwickeln sich Gruppendynamiken aus Kooperationen unterschiedlichster Fachrichtungen die Kreativität zulassen und fördern. Die Grundlage für neue Ideen werden nicht mehr theoretisch auf dem Papier gelegt. Innovation entsteht im Prototyping, das nicht sich nicht nur den technischen Gegebenheiten unterwirft. Nur weil es toll programmiert ist, muss es noch lange nicht beim User ankommen. Webdesign und User Experience sind Schlagworte, die das Gesicht von Medienangeboten bestimmen. Das Motto lautet aber eben: Nicht lang schnacken, einfach machen.

Der Konsument, dein Freund

Power of #supernett von @derjarjour ist dann wohl das neue Don't be evil #mmd15 pic.twitter.com/nGkNe8XFMw

— hschellk (@hschellk) 24. November 2015

Vielleicht ist es genau das, was Angebote wie Blendle so spannend macht. Nutzerfreundlich, einfach, aber für den Konsumenten leicht zu handhaben. Michael Jarjour von Blendle nennt es „Power of #supernett“. Auch wenn natürlich ein durchdachtes Business-Modell dahintersteckt, wird es für den Leser möglichst einfach gemacht zu reagieren, sollte ihm zum Beispiel ein das Angebot nicht gefallen. Seine Nutzer perfekt zu kennen, zu analysieren und ihm das zu geben, was er wirklich will – das ist die Zukunft, die aber keine mehr ist, da es viele schon umsetzen. Die Frage ist nur, wann es auch der Rest macht?

Wer sind die Nutzer von @VICE? Wer ist die Zielgruppe? Vice weiß es... ? #mmd15
pic.twitter.com/8rv5YQnNEk

— BLM (@BLM_Bayern) 24. November 2015

Die Richtung stimmt

Auch wenn es so gewöhnlich und langweilig klingt. Das Gefühl, dass etwas Normalität wird, hat auch etwas sehr beruhigendes. Der Markt ist in Bewegung und professionalisiert sich. Das bringt die Branche auf ein anderes Niveau, denn egal ob lokale Medien, Startups, internationale Großkonzerne oder Öffentlich-Rechtliche Angebote, alle pushen sich in einem aufgebrochenen Markt gegenseitig. Das kann, und das zählt, für den Nutzer nicht schlecht sein. „Mobile“ ist kein Modewort mehr. „Mobile“ ist Realität und macht uns das Leben leichter. Und genau das macht mobile so sexy!

Jede Menge Interviews, Videos, Fotos und Präsentationen vom Mobile Media Day sind unter www.mobilemediaday.de zu finden.