



Ready-to-know
Er is geen information overload, we willen alles weten en graag zo snel mogelijk. En daar wordt in toenemende mate ook voor betaald. Maar we willen de informatie niet opgedrongen krijgen: we vragen zelf informatie op over onze locatie, de film die we willen zien en de route terug naar onze auto.
CONSUMER

Online Oxygen
Zonder lucht geen leven en zonder online toegang geen sociaal leven. En de trend is breedband: draadloos en via de kabel of ADSL. Laptops die draadloos werken niet ondersteunen zijn nauwelijks meer te vinden. In Hong Kong gebruiken de tienerjongens het internet al meer dan dat ze televisie kijken.
CONSUMER

Generation C
De C staat voor Content. De generaties van nu leggen alles vast. Digitale foto's worden overal genomen en automatisch op de weblog geplaatst. De geheime dienst hoeft de wandel van de gemiddelde Koreaan niet meer bij te houden, dat doet-ie zelf. Daarnaast monteren we zelf films en componeren ook nog even de muziek.
CONSUMER

Functional Convergence
In consumentenelectronica komen veel voormalig gescheiden markten samen. Functies voor finance, media en telecom versmelten in een mobiele telefoon. Een succesvol business-model hangt af van de coöperatie tussen alle partijen.
BUSINESS

Hyper Specialism
Door de toenemende mogelijkheden om werkzaamheden buiten de deur te plaatsen d.m.v. outsourcing kunnen bedrijven zich steeds meer specialiseren in een kleinere taak. En er is kans op succes: consumenten houden steeds meer van het ontbundelen van producten en 'mixen' hun eigen producten.
BUSINESS

Business Networking
Voorkeuren en dus geldstromen veranderen zo snel dat het voor bedrijven nauwelijks mogelijk is om zelf alles bij te houden. Productie, maar ook steeds vaker innovatie, komt tot stand binnen netwerken van bedrijven.
BUSINESS