

DIGITÁLNÍ DEDICTVÍ

www.digilega.com



I V A N D O U B E K



DIGILEGA

DIGITÁLNÍ DĚDICTVÍ

www.digilega.com

IVAN DOUBEK

Z anglického originálu
IVAN DOUBEK: DIGITAL LEGACY www.digilega.com
Přeložil Petr Novák
Vydal TEWYX
ISBN 978-80-88443-71-1
All rights reserved
Copyright © by Ivan Doubek
Více informací www.digilega.com

Věnování

Knihu věnuji svým rodičům, kteří mě v oblasti digitálního dědictví nejvíce inspirovali.

Obsah

1.OBYČEJNÝ PŘÍBĚH	7
2.PROČ JSEM NAPSAL KNIHU.....	8
3.CO JE TO DIGI MAJETEK A DĚDICTVÍ.....	10
4.VÝVOJ DIGITÁLNÍHO DĚDICTVÍ	12
5.POČET ÚMRTÍ A DIGITÁLNÍ DĚDICTVÍ.....	14
6. INTERNETOVÁ DOSTUPNOST	16
7. DOBA SLEDOVANOSTI INTERNETU	18
8. NÁRŮST UŽIVATELŮ INTERNETU	20
9. POČTY INTERNETOVÝCH ÚČTŮ	21
10. HODNOTA DIGITÁLNÍ MAJETKU	22
11. ANALÝZY DIGITÁLNÍHO MAJETKU	23
12. ANALÝZA MAJETKU PRO KAŽDÉHO	28
13. PRÁVO A DIGITÁLNÍ DĚDICTVÍ.....	30
14. CO DĚLÁ NOTÁŘ PO ÚMRTÍ	31
15. VÝZVA NEJEN PRO NOTÁŘE	32
16. TEORIE JE ZA NÁMI A NYNÍ PRAXE	33
17. VLASTNÍ EMAILY.....	34
18. ÚČTY KRYPTOMĚN A NÁKUPU AKCIÍ.....	36
19. ÚČTY PLATEBNÍCH TECHNOLOGIÍ	39
20. ULOŽIŠTĚ DAT	41
21. ÚČTY PLACENÝCH MÉDIÍ.....	42
22. ÚČTY SÁZKOVÝCH KANCELÁŘÍ.....	45

23. ÚČTY ÚČETNÍCH APLIKACÍ	46
24. ÚČTY K CRM APLIKACÍM	47
25. ÚČTY VĚRNOSTNÍCH PROGRAMŮ	49
26. ÚČTY K ONLINE HRÁM.....	51
27. ÚČTY MAJITELŮ DOMÉN	52
28. VIRTUÁLNÍ PENÍZE A JINÁ HODNOTA	54
29. ÚČTY K ONLINE KURZŮM	59
30. ÚČTY K RŮZNÝM APLIKACÍM	61
31. ÚČTY K HUDEBNÍM APLIKACÍM.....	62
32. ÚČTY K FOTOBANKÁM	63
33. ÚČTY KE SPRÁVĚ MLM FIREM.....	64
34. ÚČTY V ESHOPECH.....	66
35. ÚČTY K ZAKOUPENÝM SW	68
36. ÚČTY K SOCIÁLNÍM SÍTÍM	70
37. ÚČTY K VIDEO APLIKACÍM.....	74
38. ÚČTY INZERTNÍCH PORTÁLŮ	76
39. ÚČTY SEZNAMEK A SEX PORTÁLŮ	77
40. A CO DÁL.	79

1. OBYČEJNÝ PŘÍBĚH

V jedné rodině zemřel otec, který po sobě zanechal majetek, dvě děti – syna a dceru a jednu závěť.

Notář, který řeší závěť, si pozve obě pozůstalé děti, kterým je již přes 40 let a začne jim závěť číst.

„Svůj celkový majetek ve výši 1 mil USD věnuji tomu z dětí, které bude v den mého úmrtí bohatší“.

„Jaký máte majetek Vy?“, zeptá se notářka pozůstalé dcery.

„Já mám celkový majetek ve výši asi 10.000 USD a pracuji jako zaměstnanec ve firmě v administrativě, kde mám stálý fixní plat. Na spořicí účtu mám 2.000 USD, byt mám na hypotéku.“

„A jaký máte majetek Vy?“, zeptá se notářka pozůstalého syna.

„Já vlastním 1000 domén, které pronajímám, dále mám 3 bitcoiny, na svém Instagramu a Facebooku mám asi 100.000 followerů a na bankovním účtu 200 USD. Pracuji v oboru IT na volné noze“.

Notářka, která je konzervativní, nemá ráda nové technologie a nechápe, proč někdo nemá velkou finanční rezervu a raději investuje do pro ni neuchopitelných „virtuálních technologií“ rozhodne takto:

„Podle závěti a mého uvážení jsem rozhodla, že dcera je bohatší než syn zesnulého a tím pádem získává veškerý majetek po zemřelém otci. Syn, který má na bankovním účtu prokazatelně pouze 200 USD a který žije dle mého názoru marnotratným životem, na dědictví po svém otci nedosáhne a bude vyděděn“.

2.PROČ JSEM NAPSAL KNIHU

...aneb snažím se popsat něco co 99 % lidí možná ani netuší

Podobný příběh, který jsem popsal, se skutečně stal a stává se v dalších mnoha případech, kdy se na majitele digitálního majetku dívá nedůvěřivě a jeho hodnota není často reálně započítána do jeho majetkových poměrů. V případě úmrtí majitele digitálního majetku, pak při rozdělování tohoto digitálního dědictví dochází k porušení práv a chybám což poškozují dědice a vznikají nepříjemné spory a ztráty, kterým lze předcházet.

Tuto knihu, která obsahuje aktuální poznatky z oblasti digitálního vlastnictví a dědictví, by měl mít k dispozici každý člověk, který využívá ve svém soukromém nebo pracovním životě internet.

Tuto knihu by měl mít k dispozici každý notář a právník. Protože si plně uvědomujeme, že digitální dědictví je budoucnost, rozhodli jsme se, všem prezidentům advokátních a notářských komor na celém světě knihu poslat a zároveň s touto knihou oslovit všechny notáře a právní společnosti na celém světě.

Tuto knihu by měli mít k dispozici také zástupci médií, které stále více přecházejí na „placený obsah“ - i tento je součástí digitálního dědictví, který popisuje tato kniha.

Digitální dědictví se bude týkat každého z nás a čím dříve se budeme snažit digitální majetek a digitální dědictví pochopit, tím dříve o tento majetek a dědictví nebudeme přicházet.

Na praktických příkladech v knize popisuji, kde všude lze digitální majetek najít a jak postupovat v případě digitálního dědictví.

Ivan Doubek

3.CO JE TO DIGI MAJETEK A DĚDICTVÍ

...aneb co již máte a možná nevíte, že se jedná o digitální majetek

Co je to vlastně digitální majetek a digitální dědictví?

- A) Vlastní emaily, emailové adresy a účty
- B) Účty kryptoměn
- C) Účty platebních technologií (např. PayPal, Stripe...)
- D) Úložiště dat
- E) Přístupy placených médií (noviny, časopisy, TV)
- F) Přístupy placených kanálů (Netflix, HBO GO, Amazon ...)
- G) Účty sázkových kanceláří
- H) Přístupy k účetním aplikacím
- I) Přístupy k CRM aplikacím
- J) Věrnostní programy (např. míle u leteckých společností)
- K) Účty k online hrám (např. World of Warcraft, Fortnite)
- L) Účty k doménám, domény
- M) Virtuální peníze a hodnota v různých aplikacích
- N) Účty k online kurzům
- O) Účty k různým aplikacím (např. fitness hodinky)
- P) Účty hudebních aplikací (iTunes, Spotify...)
- Q) Účty fotobank (např. Shutterstock...)
- R) Účty a pozice v MLM společnostech
- S) Účty v e-shopech (např. Amazon.)
- T) Účty zakoupených SW z různých oborů
- U) Účty v sociálních sítích (Instagram, Facebook, Twitter..)
- V) Účty ve video aplikacích (YouTube, Vimeo, Youku...)
- W) Účty inzertních a prodejních portálů
- X) Účty seznamovacích a erotických portálů

Do přehledu bychom mohli zahrnout i další oblasti, všechny takové, kde máte přes Váš email zaregistrovaný vlastní účet. Celá řada aplikací má i několik miliard uživatelů. Z tohoto jednoduchého přehledu je zřejmé, že digitální majetek a následné digitální dědictví se skutečně bude týkat každého z nás, kdo užívá internet. A kdo jej v dnešní době téměř denně nevyužívá? V následujících stránkách Vám popíšu, jak efektivně toto digitální dědictví spravovat.

Digitální dědictví bude patřit v budoucnu mezi největší obory a vzhledem k rychle se rozvíjejícím digitálním technologiím a novým generacím, které online svět využívají stále více, dále rychle poroste.

Zjednodušeně se dá digitální dědictví popsat jako peníze, data, kredity, bonusy, informace a obsah, které máme každý z nás v různých internetových aplikacích, a které může přecházet v případě úmrtí na dědice. Záleží jen na nás, zda se „dědění digitálního majetku“ bude řešit dopředu např. závětí nebo až po úmrtí, v případě informovaného dědice či notáře, anebo notář zapomene z neznalosti zahrnout digitální majetek do dědictví či se o něj dědic, rovněž z neznalosti, nebude zajímat a tento majetek tak nenávratně propadne. Na předchozí straně jsem uvedl jednoduchý přehled aplikací, které mohou obsahovat digitální dědictví. Detailně se jimi budu věnovat v další části knihy. I Vy z tohoto jednoduchého přehledu můžete vybrat ty, které používáte a kde máte nějaký cenný obsah.

4. VÝVOJ DIGITÁLNÍHO DĚDICTVÍ

...aneb krátká historie vývoje internetových aplikací

Aplikace, které shromažďují hodnotu a bohatství, budu detailněji popisovat v dalších částech. V této kapitole si popíšeme některé významné milníky vývoje internetu.

AMAZON.com – největší prodejní internetová platforma.

Vznik v roce 1994. Uživatelů 1,3 miliardy. Zaměstnanců 1.298.000.

NETFLIX.com – nepoužívanější placená stream aplikace.

Vznik v roce 1997. Uživatelů 228 milionů. Zaměstnanců 30.000.

GOOGLE.com – největší internetový vyhledávač na světě.

Vznik v roce 1998. Uživatelů 2,9 miliardy. Zaměstnanců 98.000.

BAIDU.com – nejrozšířenější internetový vyhledávač v Číně.

Vznik v roce 2000. Uživatelů 1 miliarda. Zaměstnanců 40.000.

FACEBOOK.com – nejrozšířenější sociální síť na světě.

Vznik v roce 2004. Uživatelů 2,9 miliardy. Zaměstnanců 35.000.

YOUTUBE.com – nepoužívanější video platforma na světě.

Vznik v roce 2005. Uživatelů 2,5 miliardy. Zaměstnanců 20.000.

TWITTER.com – populární sociální síť.

Vznik v roce 2006. Uživatelů 1,5 miliardy. Zaměstnanců 10.000.

WECHAT.com – nepoužívanější sociální síť v Číně.

Vznik v roce 2011. Uživatelů 1,2 miliardy. Zaměstnanců 10.000.

COINBASE.com – jedna z největších kryptoměnových burz.

Vznik v roce 2012. Uživatelů 70 miliónů. Zaměstnanců 1.300.

TIKTOK.com - nejrychleji rostoucí sociální síť na světě.

Vznik v roce 2016. Uživatelů 1 miliarda. Zaměstnanců 20.000.

DIGILEGA.com – aplikace pro správu digitálního dědictví

Vznik v roce 2021.

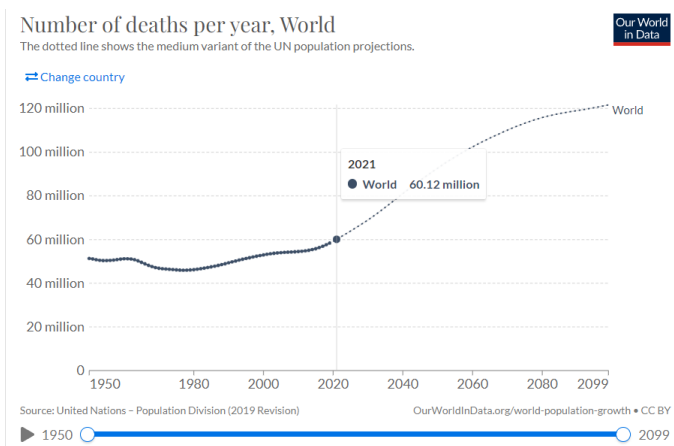
V následujících letech poroste počet uživatelů jednotlivých internetových aplikací a zároveň budou vznikat další nové aplikace, které budou mít další miliony nových uživatelů. A i v těchto aplikacích se bude shromažďovat digitální majetek.

Zdroj informací: Počty zaměstnanců, počty uživatelů a data vzniku jednotlivých aplikací jsou čerpaný z veřejných internetových zdrojů včetně Wikipedia

5. POČET ÚMRTÍ A DIGITÁLNÍ DĚDICTVÍ

...aneb reálná data i když není příjemné je vidět

Velikost potenciálu digitálního dědictví určují čísla úmrtí na celém světě.



Zdroj: <https://ourworldindata.org/grapher/number-of-deaths-per-year?>






V roce 2021 zemřelo na světě cca 60 mil. lidí.

Mezi jednotlivými státy světa je velký rozdíl mezi celkovou dobou dožití. Jsou státy, kde je průměrná doba dožití více než 80 let.

Country	Life expectancy males	Life expectancy females
Hong Kong	82.2 years	88.1 years
Switzerland	81.9 years	85.6 years
Japan	81.4 years	87.5 years
Singapore	81.4 years	85.7 years
Sweden	81.3 years	84.7 years

Zdroj: <https://www.worlddata.info/life-expectancy.php>

Ale jsou také státy, kde je průměrná doba dožití jen cca 50 let.

Country	Life expectancy males	Life expectancy females
 Ivory Coast	56.6 years	59.1 years
 Somalia	55.7 years	59.1 years
 Nigeria	53.8 years	55.6 years
 Chad	52.8 years	55.7 years
 Central Africa	51.1 years	55.5 years

Zdroj: <https://www.worlddata.info/life-expectancy.php>

Průměrná doba dožití je 76, 3 let.

Digitální majetek (resp. dědictví) je velmi závislé na tom, kolik je dané osobě let. Pokud bylo někomu např. v roce 2000 padesát let, tak se dá předpokládat, že se jednalo o aktivního uživatele internetu, a že tedy má nějakou digitální stopu a tím pádem i digitální majetek (resp. dědictví). Lidé, kterým bylo v roce 2000 šedesát nebo sedmdesát let, tak s velkou pravděpodobností digitální majetek většího rozsahu nemají (pokud bereme v úvahu průměrnou běžnou populaci, nikoliv např. majitele velkých firem pracovně aktivních do vysokého věku). Dá se říct, že převážná většina lidí, kteří budou žít v roce 2030 již bude mít digitální majetek.

70	75	80	85	90	95	100	105	věk
60	65	70	75	80	85	90	95	věk
50	55	60	65	70	75	80	85	věk
2000	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	roky

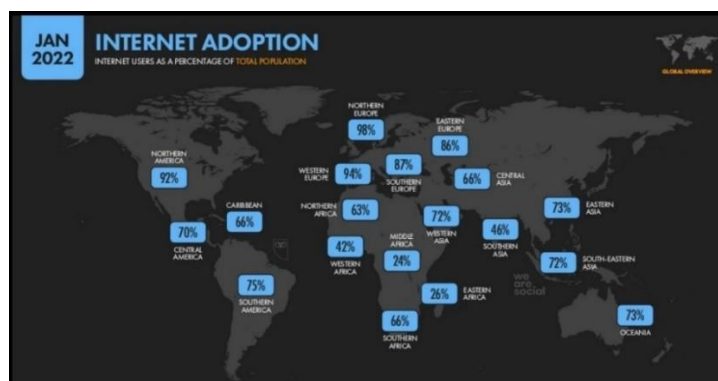
6. INTERNETOVÁ DOSTUPNOST

...aneb před pár lety o internetu nikdo nevěděl

Na světě žije 7,91 miliardy lidí a skoro 5 miliard lidí má přístup k internetu. Ano, 5 miliard lidí již má nějaký digitální majetek, a tedy i potenciální digitální dědictví vlastní, či má na něj nárok coby dědic a často o tom vůbec neví!

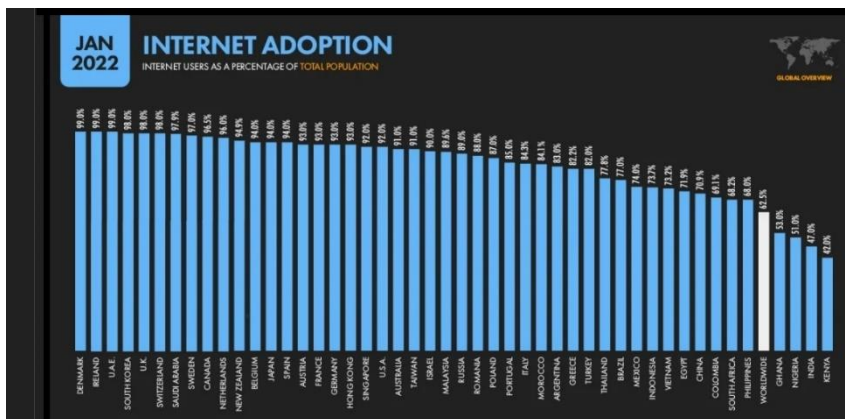


Zdroj: <https://datareportal.com/>



Zdroj: <https://datareportal.com/>

Velikost internetové dostupnosti je velmi různá stát od státu. Jsou státy, kde je skoro 100% dostupnost, ale jsou také státy, kde je dostupnost podstatně menší, a to především ve státech na území Afriky. Pokud budeme mít podobnou analýzu třeba za 5 let, tak se dá předpokládat, že čísla diametrálně vzrostou.



Zdroj: <https://datareportal.com/>

JAN 2022 UNCONNECTED POPULATIONS
COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE LARGEST UNCONNECTED POPULATIONS AND THE LOWEST LEVELS OF INTERNET ADOPTION

ABSOLUTE LARGEST UNCONNECTED POPULATIONS				RELATIVE LOWEST LEVELS OF INTERNET ADOPTION			
#	LOCATION	UNCONNECTED POPULATION	% OF POP. OFFLINE	#	LOCATION	% OF POP. OFFLINE	UNCONNECTED
01	INDIA	742,003,000	53.0%	232	NORTH KOREA	>99.9%	25,938,000
02	CHINA	421,432,000	29.1%	231	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	92.9%	4,613,000
03	PAKISTAN	144,434,000	63.5%	230	ERITREA	92.0%	3,341,000
04	BANGLADESH	114,511,000	68.5%	229	COMOROS	91.5%	822,000
05	NIGERIA	104,888,000	49.0%	228	SOUTH SUDAN	89.1%	10,248,000
06	ETHIOPIA	89,502,000	75.0%	227	SOMALIA	86.3%	14,333,000
07	DEM. REP. OF THE CONGO	77,293,000	82.4%	226	NIGER	85.5%	21,881,000
08	INDONESIA	73,047,000	26.3%	225	KIRIBATI	85.4%	1,050,000
09	BRAZIL	49,375,000	23.0%	224	BURUNDI	85.4%	10,623,000
10	TANZANIA	46,794,000	75.0%	223	DEM. REP. OF THE CONGO	82.4%	77,293,000

Zdroj: <https://datareportal.com/>

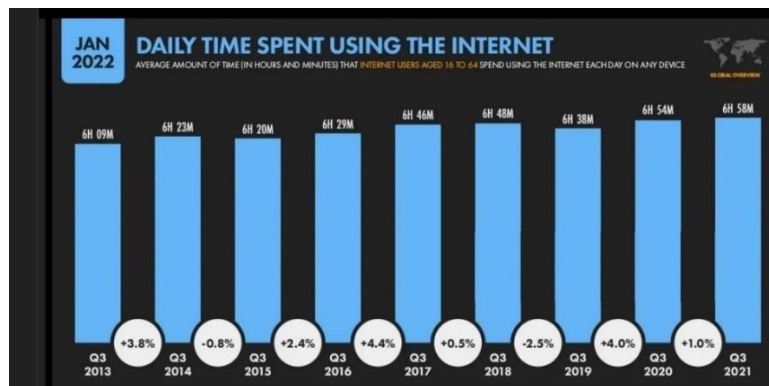
7. DOBA SLEDOVANOSTI INTERNETU

...aneb co děláme ve volném čase nebo v práci

Průměrná doba, kterou trávíme na internetu je téměř 7 hodin denně. Sledováním sociálních sítí trávíme denně téměř 2,5 hodiny. Sledováním televize trávíme téměř 3,5 hodiny. Často si tento čas ani neuvědomujeme nebo nepřiznáme.

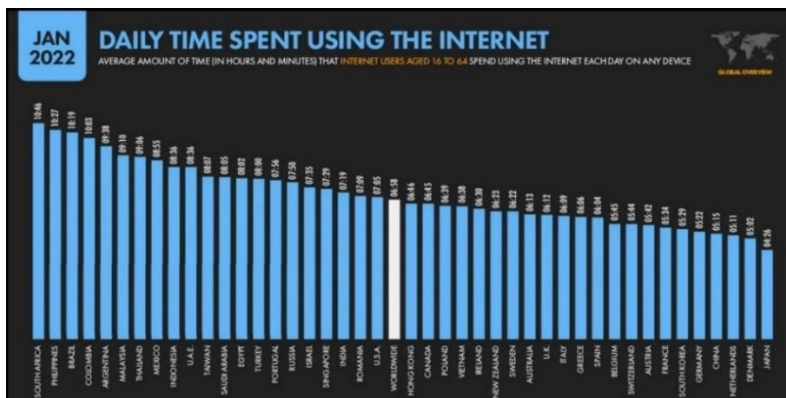


Zdroj: <https://datareportal.com/>

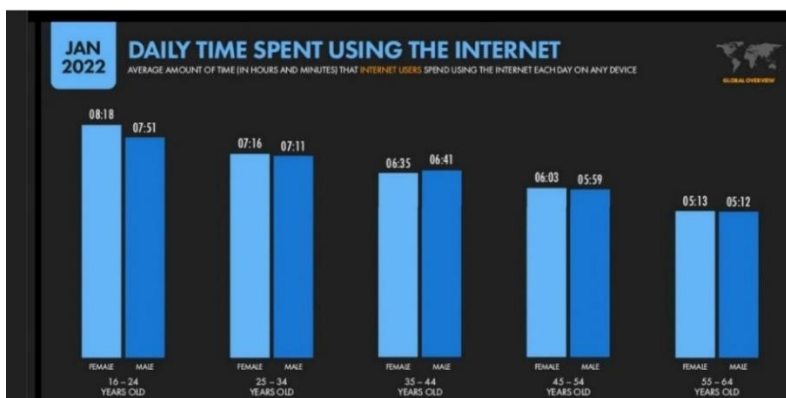


Zdroj: <https://datareportal.com/>

Průměrná doba, kterou trávíme sledováním internetu, pořád roste a vzhledem k narůstající oblíbě sociálních sítí a počtu nových aplikací i dále poroste. Je velmi zajímavé sledovat graf, kde najdeme průměrnou dobu trávení na internetu v různých státech. Ve státech, kde je doba trávení na internetu nad 10 hodin denně, tak se nedá již předpokládat, že o moc více poroste, ale poroste v státech, kde sledovanost je pod „světovým průměrem“.



Zdroj: <https://datareportal.com/>

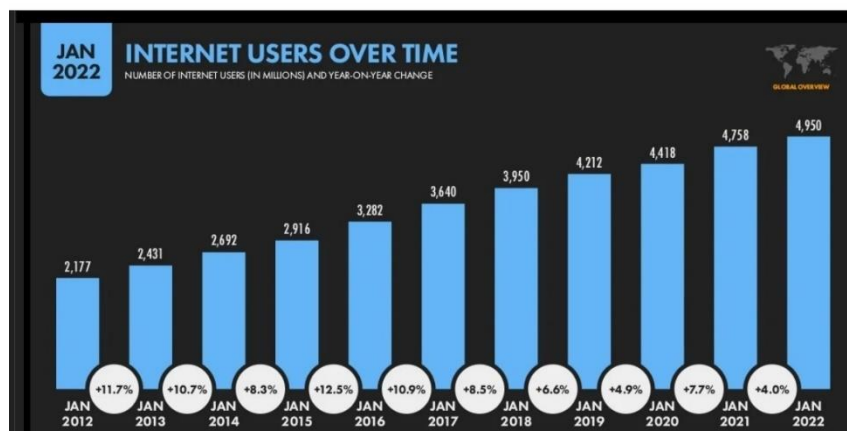


Zdroj: <https://datareportal.com/>

8. NÁRŮST UŽIVATELŮ INTERNETU

...aneb co budeme dělat ve volném čase nebo v práci v budoucnu

Počet lidí, kteří využívají internet, stoupá každým rokem. Důvodem je nejen rozšiřování internetu do oblastí, kde nebyl dříve dostupný, ale také je stále více aktivních uživatelů v populaci a rovněž je stále se rozšiřující nabídka různých online služeb a aplikací.



Zdroj: <https://datareportal.com/>

9. POČTY INTERNETOVÝCH ÚČTŮ

...aneb, kde jsem se v minulosti registroval na internetu

V roce 2011 měl průměrný uživatel internetu 20 účtů v různých internetových aplikacích a v roce 2021 to již bylo 45 různých účtů.

Počet používaných účtů roste s každou novou moderní aplikací, která se na trhu objeví, ale zároveň nám zůstávají data (resp. digitální majetek) v účtech, které již nepoužíváme.

Velmi zajímavé je také sledovat nárůst počtu emailů, které souvisí s naší prací, naším výdělkem nebo jinými pracovními nebo soukromými aktivitami.

V dnešní době průměrný uživatel internetu používal nebo používá přibližně 15 emailů a digitální majetek může být vázán i na email, který již delší dobu nevyužívá.

10. HODNOTA DIGITÁLNÍ MAJETKU

...aneb co vlastníme a možná o tom nevíme

V roce 2011 byl zrealizován průzkum společností McAfee, který zjistil, že průměrná velikost v digitálním majetku je cca 50.000 USD.

ZDROJ: Viz BANTA, Natalie M. Property Interests in Digital Assets: The Rise of Digital Feudalism. Cardozo Law Reiview [online]. 2017, r

Portál www.digilega.com si nechal udělat nezávislý průzkum, který zahrnoval digitální majetek podle 100 největších webových aplikací v každém oboru.

Celkový majetek z internetových účtů v různých oborech, které jsou popsány v následujících kapitolách, jsme vydělili počtem aktuálních uživatelů na internetu (pozn. počet uživatelů internetu jsme dle výše popsaných kapitol zprůměrovali na 3 miliardy). Hodnoty byly konzultovány s předními odborníky z různých oborů.

Ke dni 31.12.2021 byl digitální majetek 101.232 USD a průměrně roste o 20 % ročně.

11. ANALÝZY DIGITÁLNÍHO MAJETKU

...aneb analýza, která nám otevřela oči

Posledních 10 let jsme shromažďovali informace o 20.000 internetových aplikacích na celém světě, u kterých jsme předpokládali, že zde může být největší koncentrace digitálního majetku.

Zároveň jsme hledali způsoby, jak si ověřit, zda v těchto aplikacích je či není digitální majetek.

Naprogramovali jsme službu „analýza digitálního majetku“, která umí ověřit, zda je registrován internetový účet ve více než 20.000 aplikacích a následně je možné zjistit, zda je v daných účtech digitální majetek.

Naši službu jsme ověřili na tisících klientech a vidíme v ní velký potenciál, protože pomocí této služby si může digitální majetek ověřit miliardy lidí na celém světě.

Výsledek ověření službou „analýza digitálního majetku“ digilega.com pro jedno z našich zákazníků vypadal následovně:

DIGITÁLNÍ MAJETEK OBLAST EMAIL:

3 emaily na Google.com, 1 email na Seznam.cz

DIGITÁLNÍ MAJETEK OBLAST KRYPTOMĚN:

Účet na Coinbase.com

DIGITÁLNÍ MAJETEK OBLAST PLATEBNÍCH TECHNOLOGIÍ

Účet na PayPal.com

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST ULOŽIŠTĚ

Účet na Dropbox.com

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST MÉDIÍ

Účet na Voyo.cz

Účet na iDnes.cz

Účet na Denik.cz

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST PLACENÉ KANÁLY

Účet na Netflix.com

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST SÁZENÍ

Účet na Tipsport.cz

Účet na iFortuna.cz

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST ÚČETNÍ APLIKACE

Účet na mPOHODA.cz

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST CRM APLIKACE

Účet na Raynet.cz

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST VĚRNOSTNÍ PROGRAMY

Účet na Shell.cz

Účet na Bata.cz

Účet na Emirates.com (Emirates airlines)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST HRY

Účet na [Minecraft.net](https://minecraft.net)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST DOMÉNY

Účet na [Wedos.cz](https://wedos.cz)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST VIRTUÁLNÍ PENÍZE

Účet na [Uber.com](https://uber.com)

Účet na [Freelancer.com](https://freelancer.com)

Účet na [Ticketstream.cz](https://ticketstream.cz)

Účet na [Ajo.cz](https://ajo.cz) (sdílení aut)

Účet na [Kickstarter.com](https://kickstarter.com)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST ONLINE KURZY

Účet na online kurzech pro výuku jazyků, kurzu jógy, kurzu vaření, kurzech osobního rozvoje

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST APLIKACÍ

Účet pro fitness hodinky

DIGITALNÍ MAJETEK ÚČTY HUDEBNÍCH APLIKACÍ

Účet na [iTunes.com](https://itunes.com)

Účet na [Spotify.com](https://spotify.com)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST STAHOVÁNÍ FOTO

Účet na [Shutterstock.com](https://shutterstock.com)

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST MLM ÚČTŮ

Účet u MLM společnosti Jeunesse Global

Účet u MLM společnosti Amway

Účet u MLM společnosti Zinzino

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST ESHOP

Účet na Amazon.com

Účet na Alibaba.com

Účet na Ebay.com

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST SW ÚČTY

Účet u Microsoft Office

Účet u AutoCAD

Účet u Avast

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Účet na Facebook

Účet na Twitter

Účet na LinkedIn

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST VIDEO PORTÁLŮ

Účet na YouTube

Účet na Vimeo

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST INZERTNÍCH PORTÁLŮ

Účet na Aukro.cz

Účet na Slevomat.cz

Účet na Groupon.com

DIGITALNÍ MAJETEK OBLAST SEZNAMOVANÍ EROTIKA

Účet na eDarling.cz

Účet na pornhub.com

12. ANALÝZA MAJETKU PRO KAŽDÉHO

...aneb jakou analýzu digitálního majetku by měl každý mít

Mám pro Vás několik otázek:

Víte přesně kde všude máte registrované internetové účty, v kterých aplikacích a jaký tam máte souhrnný digitální majetek?

Ví o Vašich účtech a heslech Vaši nejbližší?

Víte Vy o digitálním majetku Vašich blízkých?

Službu digilega.com jsme připravili tak, aby si úplně každý do dvou měsíců mohl ověřit, zda na některé z více než 20.000 internetových aplikacích (jejichž přehled stále aktualizujeme) má na svůj email registrovaný účet a k němu vázaný digitální majetek.

Analýzu internetových účtů by si měl realizovat každý uživatel internetu nebo majitel firmy. K zakoupení služby lze využít speciální licenční kódy, které budou v distribuci u různých prodejců nebo partnerů na celém světě.

Po analýze vlastního digitálního majetku záleží na každém, jak s těmito informacemi naloží, zda o nich informuje své blízké a v případě většího digitálního majetku je i varianta sepsání závěti a ošetření digitálního dědictví právní cestou.

U digitálního dědictví je možné převést veškerý digitální majetek na jednoho dědice, nebo ho rozdělit mezi více dědiců, kdy pak například přístupy k sociálním sítím, webům a domény dostane

jeden z dědiců a další dědic například zdědí účty platebních aplikací (PayPal, Stripe).

13. PRÁVO A DIGITÁLNÍ DĚDICTVÍ

...aneb co by měl udělat každý uživatel internetu

Každý uživatel jakékoli internetové aplikace musí při registraci odsouhlasit tzv. všeobecné obchodní podmínky a případné další dokumenty, dle typu aplikace, mezi které patří např. smlouvy o dílo, licenční smlouvy a další.

Zda máte jako dědic nárok na celý digitální majetek nebo digitální majetek zůstane provozovateli internetové aplikace záleží právě na všeobecných obchodních podmínkách, které provozovatelé aplikací mohou měnit.

Při řešení digitálního majetku /digitálního dědictví Vám doporučujeme tento postup:

- a) Ověřit si digitální majetek pomocí služby „analýza digitálního majetku“ digilega.com
- b) Tento vygenerovaný přehled zanést advokátovi nebo notáři
- c) Po prostudování jednotlivých všeobecně obchodních podmínek daných platform se rozhodnout, zda prostředky přesunout, změnit výplatu prostředků (např. změna bankovního účtu), nebo případně sepsat závěť

14. CO DĚLÁ NOTÁŘ PO ÚMRTÍ

...aneb dříve či později se s tímto postupem setkáte

K životu patří i nepříjemné situace, kdy mám umře někdo blízký. Pokud máme někoho rádi, tak nás smrt v rodině ovlivní. Dříve či později však musí dojít k vyrovnání dědictví – zvolený notář si pozůstalé pozve k oficiálnímu notářskému dědickému řízení.

Standartně si notář ještě před dědickým řízením vyžádá podklady z katastrálního úřadu, bankovních a dalších registrů a registru závětí.

Otázka je jednoduchá a to, zda jsou dědická práva na digitální majetek již vyřešena závětí nebo se teprve digitální majetek bude zjišťovat a následně rozdělovat podle pravidel, která jsou právně daná. Protože průměrný digitální majetek je již větší než 100.000 USD na jednoho člověka, plně doporučujeme tyto záležitosti řešit s právníky dopředu a při notářském řízení jen předložit smlouvy o převodu digitálního majetku.

15. VÝZVA NEJEN PRO NOTÁŘE

...aneb čemu můžeme předcházet a co lze eliminovat

Vážení notáři, advokáti, právníci, kteří pečujete o své klienty, zkuste se, prosím, Vašich klientů zeptat, zda řeší digitální majetek nebo digitální dědictví.

Myslím si, že sami budete překvapeni, že 95 % lidí vůbec neví, že se dá digitální majetek dědit a že průměrná výše digitálního majetku na jednu osobu je více než 100.000 USD.

Díky spolupráci s digilega.com můžete najít digitální majetek na více než 20.000 serverech. Počet serverů, kde digitální majetek zjišťujeme stále narůstá. Vy můžete svým zákazníkům nabídnout ještě lepší, komplexnější a transparentnější služby.

16. TEORIE JE ZA NÁMI A NYNÍ PRAXE

...aneb praktické příklady, které vám „otevrou oči“

V minulých kapitolách jsem se Vám snažil popsat potenciál digitálního majetku, resp. digitálního dědictví.

Velikost digitálního majetku stále poroste a dříve nebo později se bude týkat každého z nás. V následujících kapitolách Vám popíšu jednotlivé praktické příklady, kde lze najít digitální majetek, který může být součástí digitálního dědictví. Přehled internetových serverů v této knize je aktuální ke konci roku 2021, ale samozřejmě jsem nemohl vypsát všechny internetové servery na světě, kterých se digitální majetek týká.

Pokud Vás budou zajímat aktuální trendy sledujte naše sociální síť [digilega.com](https://www.digilega.com) a to

<https://www.facebook.com/Digilegacom>

<https://www.linkedin.com/company/digilega>

Pokud Vás zajímají i další praktické poznatky, je možno si u nás vyzádat i individuální školení nebo konzultace. Více najdete na www.digilega.com.

Čím dříve objevíte potenciál digitálního majetku, resp. digitálního dědictví, tím dříve získáte velkou konkurenční výhodu.

17. VLASTNÍ EMAILY

...aneb co vše obsahuje Váš email

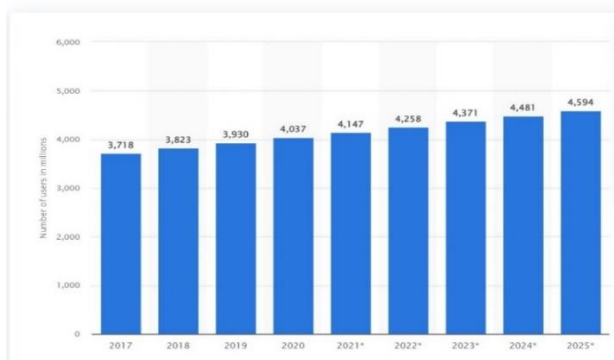
Každý z nás má v průběhu života průměrně 15 různých emailů a na tyto emaily si registruje přístupy k různým aplikacím, které využívá přechodně nebo dlouhodobě. Aplikace blíže popíšu v následujících kapitolách.

Samotný email (a na něj vázaná emailová schránka), který je výchozí branou k dalším aplikacím, již může být součástí digitálního majetku, protože ve schránce může obsahovat uložená data, fotky, hesla nebo jiný obsah, který má finanční nebo jinou hodnotu.

Počet emailů je podle níže uvedeného grafu přes 4,2 miliardy a tento počet stále roste. Nejpoužívanější server je gmail.com, který využívá přes 1,2 miliardy uživatelů.

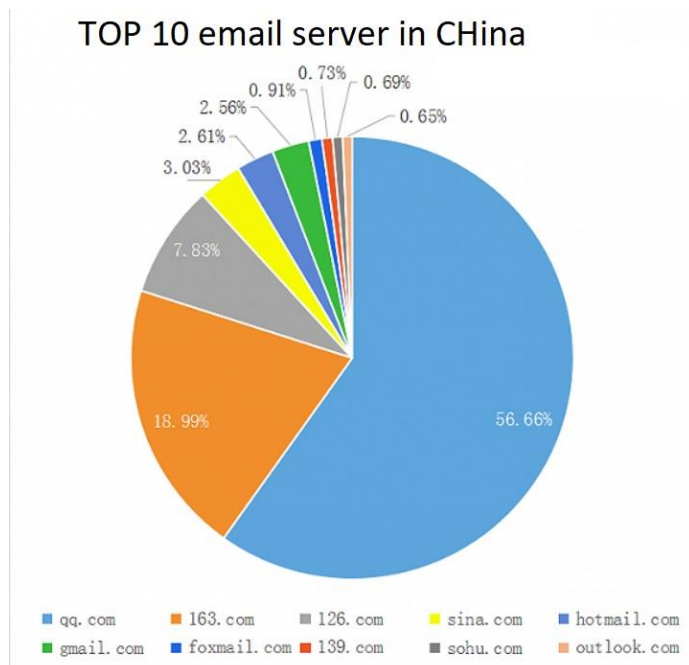
Number of e-mail users worldwide from 2017 to 2025

(in millions)



Zdroj: <https://www.statista.com/statistics/255080/>

Gmail, resp. Google, je dostupný ve většině států na světě, kde je většinou jedničkou jak ve vyhledávání, tak v poskytování emailové služby.



Zdroj: <https://www.quora.com/>









Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o používané emaily? Můžete přijít o cenná data a obsah, protože provozovatel emailových serverů Vás sám nebude kontaktovat.

18. ÚČTY KRYPTOMĚN A NÁKUPU AKCIÍ

...aneb digitální majetek, který mění svou hodnotu

Stále více lidí a firem využívá investici do kryptoměn, které patří mezi jedny z nejpobulárnějších částí digitálního majetku. Ze své zkušeností vím, že celá řada lidí nemá své kryptoměny dobře zmapované, protože například získali kryptoměny jako bonusy ve firmách nebo výhodně koupili kryptoměny, protože jim to někdo zkušenější poradil, ale dále se o ně nezajímají a nejdnou i zapomenou, že je vlastní nebo kde k nim mají přístup.

Pro nákup akcií, lze použít podobné účty.

# ▲	Name	Price	24h %	7d %	Market Cap ⓘ	Volume(24h) ⓘ	Circulating Supply ⓘ
1	 Bitcoin BTC Buy	\$44,201.58	▼0.13%	▲1.05%	\$837,744,285,936	\$20,542,867,222 464,928 BTC	18,959,918 BTC
2	 Ethereum ETH Buy	\$3,139.54	▲1.42%	▼0.27%	\$375,119,819,297	\$11,811,830,418 3,766,062 ETH	119,602,505 ETH
3	 Tether USDT	\$1.00	▲0.01%	▼0.01%	\$78,688,372,107	\$48,707,274,564 48,677,983,537 USDT	78,641,051,389 USDT
4	 BNB BNB Buy	\$431.07	▲0.64%	▲2.85%	\$71,118,803,193	\$1,900,022,702 4,411,289 BNB	165,116,761 BNB
5	 USD Coin USDC	\$0.9997	▼0.03%	▲0.01%	\$52,540,123,150	\$2,968,888,370 2,969,935,989 USDC	52,558,662,752 USDC
6	 XRP XRP	\$0.83	▼0.30%	▼3.00%	\$39,690,505,838	\$1,974,281,389 2,382,059,894 XRP	47,888,392,531 XRP
7	 Cardano ADA	\$1.09	▲0.50%	▼8.33%	\$36,743,896,371	\$1,179,222,777 1,078,755,923 ADA	33,613,407,601 ADA
8	 Solana SOL Buy	\$102.64	▲0.51%	▼9.47%	\$32,728,584,052	\$1,734,592,284 16,919,834 SOL	319,246,318 SOL

Zdroj: <https://coinmarketcap.com/>

Kryptoměny lze uschovat na tzv. krypto peněženkách a obchodovat je v tzv. směnárnách. Jak ke krypto peněžence, tak i ke směnárně, je třeba se registrovat prostřednictvím emailu. Velkou výhodou krypto peněženek a směnáren jsou obsažené informace s detailními analýzami včetně historie nákupů a prodejů.

Efektivní kontrola účtů v jednotlivých kryptoměnových směnárnách je jasným a „hmatatelným“ důkazem digitálního majetku.

Přehled nepoužívanějších krypto směnáren na světě:



www.binance.com



www.coinmate.io



www.kriptomat.io



www.bithoven.com



ww.pro.coinbase.com



www.crypto.com

Bitstamp

www.bitstamp.net

 **BITTREX**

www.bittrex.com

BITFINEX 

www.bitfinex.com


BitMEX

www.bitmex.com

POLONIEX

www.poloniex.com

 **xtb**
online trading

www.xtb.com

ETORO

www.etoro.com

Plus500

www.plus500.com

Zdroj <https://entuzio.cz/krypto-burzy/>

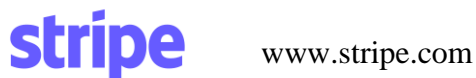
Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o kryptoměny? Jednoduše o ně přijdete, protože provozovatelé krypto burz a krypto peněženek Vás sami nebudou kontaktovat.

19. ÚČTY PLATEBNÍCH TECHNOLOGIÍ

...aneb internetové peníze, které nejsou vidět

Pro využití plateb na internetu lze využít speciálních platebních technologií mezi které patří např. PayPal, Stripe, Adyen.

Podobných aplikací je celá řada, ale pro představu jsem si vybral tyto 3 nejvíce používané platformy.



Tyto technologie užívá velké množství zákazníků a spravují tak velké množství finančních prostředků. Například PayPal má 414 miliony uživatelů.

Pár informací o hospodaření těchto platebních platform:

PayPal – tržby v roce 2020 dosáhly 21,5 mld. USD

Stripe – tržby v roce 2020 dosáhly 7,4 mld. USD

Adyen – tržby v roce 2020 dosáhly 684,2 mil. EURO

Zdroj: Webové stránky jednotlivých aplikací

S rostoucím množstvím uživatelů internetu a nových internetových aplikací a služeb bude využívání internetových plateb stále narůstat a určitě se časem objeví i další nové internetové technologie, které budou alternací klasických bankovních služeb.

Výše uvedené platformy jsou již přímo implementovány jako hlavní platební nástroj v celé řadě aplikací jako je např. ebay.com, freelancer.com a další.

Tyto platební platformy však neslouží jen jako převodní můstek k platbě mezi e-shopem a bankou, ale finanční prostředky zde mohou být nahrány a uloženy či převáděny mezi různými bankovními účty.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o platební internetové technologie o kterých jsem psal? Přijdete o finančních prostředky, které jsou v těchto technologiích uloženy, protože provozovatelé serveru Vás sami nebudou kontaktovat.

20. ULOŽIŠTĚ DAT

...aneb digitální majetek, který mění svou hodnotu

Hodně lidí využívá k ukládání dat na internetu různá úložiště nebo cloudové služby, např. Dropbox, který má 700 mil. uživatelů

Mezi nejznámější úložiště dat patří:



www.google.com/intl/cs_CZ/drive/



www.dropbox.com



www.onedrive.live.com/



www.box.com



www.aws.amazon.com/

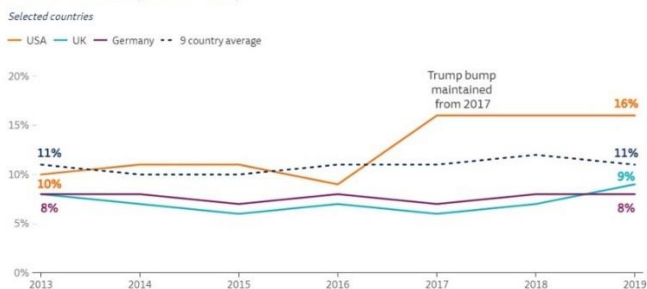
Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o úložiště dat? Přijdete o cenná data, dokumenty, fota, protože provozovatelé úložišť Vás nebudou sami kontaktovat.

21. ÚČTY PLACENÝCH MÉDIÍ

...aneb obsah, který si platíme a nevím, že lze dědit

Velká část médií přechází na tzv. placený obsah formou předplatného. Tzn. za placený měsíční nebo roční poplatek se zákazník dostane k prémiovému obsahu. Prémiový obsah se týká online novin, časopisů a televizí. Počet platících zákazníků za obsah médií je v USA 16%.

PROPORTION THAT PAID FOR ANY ONLINE NEWS IN THE LAST YEAR (2013–19)



Zdroj: www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/

Placený obsah v oblasti médií si nejvíce kupují v Norsku.

Norway 34% (+4)	Australia 14%	Spain 10%
Sweden 27% (+1)	Ireland 12%	Austria 9%
Finland 16% (-2)	Netherlands 11%	Canada 9%
Denmark 15% (-)	Switzerland 11%	Japan 7%

See also

— Sweden — Norway



Zdroj: www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/

Největší počet předplatitelů v USA má New York Times 3,3 mil.

DIGITAL ONLY SUBSCRIPTIONS/REPORTING PERIOD

New York Times

 3,300,000

 '19 Q1

Wall Street Journal

 1,500,000

 '18 Q4

Washington Post

 1,200,000*

 '18 Q3

Zdroj: www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/

Celá řada televizí nabízí své bonusové či archivní pořady formou předplatného. Různé členské sekce nabízí také různé talkshow.

Velmi populární se stává také internetová platforma pro youtubery a influencery jako např.:

PATREON

www.patreon.com

Patreon využívá 250 tis. tvůrců, 8 miliónů patronů (příspěvatelů)

twitch

www.Twitch.tv

Twitch využívá měsíčně 140 mil uživatelů

OnlyFans

www.onlyfans.com

Onlyfans zajišťuje placené streamy včetně erotiky

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o účty placených médií? Přijdete o přístupy k oblíbeným médiím, o předplatné, které můžete alespoň po nějakou dobu využívat, protože provozovatelé médií Vás nebudou sami kontaktovat.

22. ÚČTY SÁZKOVÝCH KANCELÁŘÍ

...aneb víte, že sázející neví, že jejich výhry lze dědit

Sportovní sázky patří mezi velmi populární aktivity, které lze realizovat i online. Jen část lidí chodí sázet na pobočky sázkových kanceláří, část realizuje svoje sázky online z pohodlí domova ze svého registrovaného účtu.

bwin

www.bwin.com

20 milionů zák.

bet365

www.bet365.com

14,5 milionů zák.

bet-at-home

www.bet-at-home.com 3,3 milionů zák.

betfair

www.betfair.com

3 miliony zák.

Zákazník může sázet přímo pomocí webového rozhraní, kde se mu také načítá do online peněženky případná výhra. V online peněženke má také převedené finanční prostředky, ze kterých sázky realizuje. Do webového rozhraní, ke svému účtu, je přihlášen opět prostřednictvím emailu.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o účty sázkových kanceláří? Přijďte o případné finanční prostředky, které jsou na virtuálních účtech sázkových kanceláří.

23. ÚČTY ÚČETNÍCH APLIKACÍ

...aneb víte, že účetní aplikace obsahují spoustu citlivých dat

Celá řada společností využívá pro vedení účetnictví tzv. online účetní aplikace, do kterých se registrují a následně přihlašují pomocí emailu. Tyto aplikace mají tisíce zákazníků po celém světě a výhodou je, že účetní nemusí vždy docházet do firmy a mají přehled o všech účetních aplikacích online.

Mezi nejpopulárnější aplikace patří například:



www.quickbooks.intuit.com



www.freshbooks.com



www.xero.com



www.waveapps.com



www.kashoo.com

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o účty účetních aplikací? Přijdete o data, databázi zákazníků, účetních operací a tato data může zneužít konkurence.

24. ÚČTY K CRM APLIKACÍM

...aneb víte, že konkurence může zneužít data ze CRM aplikací?

Malé, střední i velké firmy i jednotlivci využívá tzv. CRM systémy, které evidují zákazníky, tržby, zakázky, kontakty, prostě všechna důležitá a mnohdy citlivá firemní data.

Mezi nejznámější CRM aplikace patří:



www.zendesk.com

160.000 zákazníků 160 států



www.monday.com

127.000 zákazníků



www.hubspot.com

135.000 120 států



www.zoho.com

250.000 zákazníků 180 států

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o účty k CRM aplikacím? Přijdete o data, databáze

zákazníků, celkové přehledy prodejů, firemní prodejní strategie a tato data může zneužít konkurence.

25. ÚČTY VĚRNOSTNÍCH PROGRAMŮ

...aneb víte, že firmy zavádějí věrnostní programy, protože fungují

Každý z nás využíval nebo využívá nějaké věrnostní program, kde se nám započítávají různé body, kredity za nákupy a díky tomu máme nárok na slevy, zvýhodnění nebo jiné benefity. Příkladem může být sbírání mílí ve věrnostním programu leteckých společností.

Mezi společnostmi, které nabízejí věrnostní programy patří např.

Letecké společnosti



Emirates

Čerpací stanice



Shell

Prodejní řetězce



Billa

A další a další společnosti např. i prodejci bot, fitness atd.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o věrnostní programy? Přijdete o zajímavé benefity nebo kredity, které můžete dále využít.

26. ÚČTY K ONLINE HRÁM

...aneb víte, že online hry tvoří největší digitální majetek mezi mladými

Oblast online her nabízí obrovský potenciálů růstu a každý z nás někdy nějakou hru hrál a dosáhl určitou pozici. V oblasti online her může být součástí digitálního dědictví tzv. pozice, licence a další hodnota, která se bude stále objevovat.

Přehled her se stále rozšiřuje, například:



www.worldofwarcraft.com



www.warthunder.com

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o online hry? Přijdete o již vybudovaný level, bonusy, kredity, které můžete dále prodat nebo sami pokračovat v dané úrovni.

27. ÚČTY MAJITELŮ DOMÉN

...aneb nejstarší digitální majetek vznikl zakoupením první domény

V případě, že si kdokoliv chce koupit doménu využívá společnosti, které prodávají a spravují domény a veškerý nákup se realizuje online ve webovém účtu u dané společnosti, ke kterému je opět registrace s využitím emailu. V účtu jsou pak všechny koupené domény přehledně uvedeny, je uvedena doba jejich platnosti, tzv. expirace, a je zde možnost jejich spravování jako například prodloužení registrace a také možnost převedení na jiného majitele.

Ve vlastnictví domén může být velký majetek. Jsou lidé, kteří mají registrované velké množství domén, a to často velmi atraktivních, a to i takových, které aktivně nevyužívají, ale registrovali je již s určitou taktikou. Tyto domény mohou být dále prodány a převedeny na jiného majitele, který název domény potřebuje pro svou potřebu osobní či pracovní.

Je důležité také vědět, že v případě vypršení expirace (platnosti) domény, která je většinou rok (či jinou dobu) po zaplacení, se tato doména uvolňuje a může ji tak zaregistrovat někdo jiný a původní majitel o ni nenávratně přichází. Přichází také o data a emaily, které jsou na tuto doménu vázané. Platnost domény je nutně pravidelnými poplatky prodlužovat. Datum expirace i možnost prodloužení domény je uvedena ve webovém účtu. Před koncem platnosti domény je majitel informován na registrační email o nutnosti jejího prodloužení.

Člověk, který vlastní web, by měl být také vlastníkem příslušné domény a nenechávat její vlastnictví a správu na někom jiném. Nicméně i s tím se můžeme setkat, zejména u lidí méně zběhlých v online prostředí.

Mezi největší společnosti, které prodává domény patří



Godaddy má 20 milionů zákazníků a spravují 84 mil. domén.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o správcovství domén? Pokud přijdete o přístup k doméně, na kterou máte vázaný svůj web, může ji převzít konkurence a Vám vzít název/jméno, které souvisí s názvem, resp. značkou Vaší firmy, kterou jste mohli budovat i řadu let. Přijdete také o data a emaily na ni vázané. Můžete také přijít o velkou potenciální hodnotu, kterou skrývá možnost prodeje vlastněných registrovaných a případně i aktivně nevyužívaných domén.

28. VIRTUÁLNÍ PENÍZE A JINÁ HODNOTA

...aneb oblast digitálního majetku, která roste v poslední době nejvíce

Celá řada internetových aplikací umožňuje shromažďovat tzv. virtuální peníze, kredity nebo jinou hodnotu, kterou můžeme dále poslat na svůj bankovní účet nebo jimi hradit různé služby.

Velmi populární jsou internetové platformy sdílené ekonomiky. Každý z nás již nějakou službu sdílené ekonomiky využil a zároveň je zajímavé sledovat, že v této oblasti pracují milióny lidí na celém světě a s využitím online aplikací také dochází k jejich odměňování.

Mezi jednotlivé oblasti patří:

SDÍLENÉ TAXI

Uber

www.uber.com

UBER má 109 mil uživatelů měsíčně.

Bolt

www.bolt.eu

BOLT má 75 mil uživatelů.

ROZVOZ JÍDEL

Wolt

www.wolt.com



www.damejidlo.cz

APLIKACE PRO FREELANCERY

Pomocí těchto aplikací lze lidem na volné noze zadávat práci, a zároveň tyto aplikace shromažďují a vyplácí peníze pro freelancery.



www.upwork.com



www.freelancer.com



www.fiverr.com

APLIKACE PRO PRODEJ VSTUPENEK

Tyto platformy jsou velmi populární všude na světě a zprostředkovávají prodej vstupenek mezi vystupujícím a divákem. V jednotlivých aplikacích jsou vstupenky diváků, které se dají dědit, ale také komplexní vyúčtování vystupujícího.



www.ticketmaster.com

Ticketmaster.com prodal přes 500 mil vstupenek

CASHBACK SERVERY

Umožňují získat zpět část financí za realizované nákupy. V online vyúčtování najdeme přehled bodů, které lze převést na finanční prostředky.



www.myworld.com

Myworld má 15 milionů zákazníků.

SLEVOVÉ PORTÁLY

V online aplikaci najdeme jak vyúčtování pro zadavatele slev, tak pro zájemce o slevy, a to včetně již koupených voucherů.



www.groupon.com

Aplikace měla v roce 2021 20 milionů uživatelů.

CROWDFUNDINGOVÉ SERVERY

Crowdfundingové účty shromažďují vybrané finanční prostředky na daný podporovaný projekt a také kontakty na osoby, které mají zájem projekt podpořit.

KICKSTARTERwww.kickstarter.com

V roce 2021 měli přes 20 milionů uživatelů.

PŘEPRAVNÍ SPOLEČNOSTI PRO CESTUJÍCÍ

Celá řada přepravních společností (včetně leteckých) nabízí nákup jízdenek online prostřednictvím registrovaného účtu, ve kterém je i možnost „nahrání kreditu“, z kterého jsou pak platby za jízdenky přímo prováděné nebo při stornování jízdenky je částka uložena do této virtuální peněženky pro další použití.

www.regiojet.cz

PRONAJÍMÁNÍ VOZIDEL

Firmy, které pronajímají vozidla, mohou mít internetové účty, kde se dají nahrávat finanční prostředky k hrazení pronájmu vozidel.

www.ajo.cz

PRACOVNÍ SERVERY

Firmy, které hledají nové zaměstnance využívají moderní aplikace, kde nejen zájemci o práci vkládají své životopisy, ale také inzerenti finanční prostředky pro nákup inzerce.



www.jobs.cz

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o virtuální peníze? Přijdete o částky uložené ve virtuálních peněženkách a kreditech, přijdete o zakázky, přijdete o kontakty a cenná data. Sice jednotlivé částky – dle typu aplikace - nemusejí být velké, ale jejich součet již ano.

29. ÚČTY K ONLINE KURZŮM

...aneb přechod na online vzdělávání je budoucnost

V posledních letech jsou velmi populární online kurzy, které zahrnují celou škálu oborů k možnosti samostudia, vzdělávání nebo zábavy (jazykové kurzy, jóga, fitness, vaření, osobní rozvoj, pracovní návody...).

Online kurzy mohou prodávat jak firmy, tak jednotlivci a to buď samostatně, nebo pomocí k tomu vytvořených aplikací jako je např.

podia

www.podia.com

udemy

www.udemy.com

THINKIFIC

www.thinkific.com

teach:able

www.teachable.com

 **TAL 好未来**

www.en.100tal.com

Celá řada online kurzů, nabízí po koupi doživotní přístup (doba přístupu je ošetřena ve všeobecných obchodních podmínkách). Vzhledem k tomu, že online vzdělávání je velkým trendem, může člověk vlastnit celou řadu online kurzů z různých oborů, které mohou mít v souhrnu hodnotu v řádově i desítkách tisíc korun. A pokud tyto přístupy získáte v digitálním dědictví můžete tyto kurzy dále používat a čerpat z nich informace.

Majitelé online kurzů, by měli mít ošetřeno správcovství a vlastnictví domény k příslušnému webu. Na kurzu či webu může participovat více lidí, z nichž může jen jeden vlastnit doménu a přístupy k ní. Co by se stalo hypoteticky s webem po nečekaném úmrtí vlastníka domény?

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o online kurzy? Přijdete o přístupy, které mohou mít celoživotní platnost a cenný obsah, který můžete sami dále využívat ke svému vzdělávání. Zároveň můžete přijít o různé certifikáty, které jsou na kurzy vázány.

30. ÚČTY K RŮZNÝM APLIKACÍM

...aneb co lze změřit to lze vyhodnotit

Moderní aplikace napojené např. na chytré hodinky, stroje v posilovně, mobilní telefon, jsou zaměřené na různá témata od sportovních (např. běh, fitness), přes vzdělávací (měření hladin alfa) až po aplikace pro nemocné (např. cukrovka).

POLAR | FLOW

www.flow.polar.com

ACCU-CHEK[®]

www.accu-chek.com



NIKE RUN CLUB

www.nike.com/cz/nrc-app

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o aplikace s daty? Přijdete o přístupy a možnost dalšího využití, případně i o uložená data.

31. ÚČTY K HUDEBNÍM APLIKACÍM

...aneb každý z nás má oblíbené písně, které si může pustit

Placené i bezplatné účty k hudebním aplikacím využívají stamiliony lidí na celém světě.

Oblíbenost online poslouchání hudby lze vysledovat také v grafech o sledovanosti médií, který jsem již uvedl. Mezi nejvyužívanější patří aplikace:



www.spotify.com



www.itunes.com

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o hudební aplikace? Přijďte o možnost legálního poslouchání a přehrávání skladeb. Velmi populární bývá, že tento obsah je pouštěn jak pro soukromé, tak i firemní účely např. v restauracích, posilovnách atd.

32. ÚČTY K FOTOBANKÁM

...aneb fotky a videa má každá webová stránka

Velmi populární je stahování fotek a videí z tzv. fotobank. Ty se pak dále používají pro různé účely např. jako fotky na web, do ebooků, na letáky, reklamní předměty apod. Fotobanky disponují většinou jednak fotkami k volnému stažení zdarma, ale pak také placenými fotkami, které po zakoupení lze využívat dle jejich licence k vlastním komerčním účelům. Lidé využívají fotobanky jak k nákupu fotek, tak také k prodeji vlastních fotek. I v případě stažení fotek zdarma je možné autorovi zaslat finanční částku jako poděkování, která se nahraje do jeho účtu v příslušné fotobance.

Internetových stránek a aplikací pro stahování fotek a videí je celá řada, jednou u největších a nejznámějších je :

shutterstock[™]

www.shutterstock.com

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o fotobanky? Přijdete o autorská práva k fotkám, videím, finance z jejich prodeje, anebo o licenci na zakoupené fotky, které užíváte např. ve firmě na webu či propagačních materiálech.

33. ÚČTY KE SPRÁVĚ MLM FIREM

...aneb internetové účty jsou hlavním prostředkem řízení MLM firem

Velké množství lidí spolupracuje s firmami, které pracují v oblasti multilevel marketingu (MLM) a mají u nich vytvořenou registraci a tzv. účet.

V tomto internetovém partnerském účtu mohou partneři MLM najít přehled o svých prodejních aktivitách, ale také přehled celé struktury svých zákazníků. Z nákupů jednotlivých zákazníků v členské struktuře se pak generuje zisk. Na základě jednotlivých obchodních podmínek dané multilevelové společnosti dochází k přepočtu prodejních aktivit na body, nebo přímo na finanční částky, které se nahrávají do virtuální peněženky v účtu. Zde pak dle vlastního nastavení a správy účtu dochází buď k uložení a kumulaci prostředků, je z nich pak možno realizovat vlastní nákupy, nebo k jejich pravidelnému vyplácení na zadaný bankovní účet.

Lidé MLM registrace využívají buď jen pro svou vlastní potřebu ke koupi výrobků této společnosti za výhodnější cenu, ale pro řadu lidí je to zdroj podnikání, kdy se soustředí na vybudování co největší struktury zaregistrovaných lidí, z jejichž nákupů jim pak plyne zisk i případné bonusy za splnění určených prodejních aktivit (bonusy). Vybudované sítě MLM zákazníků se mohou přeprodávat a převádět na jiné členy MLM.

Multilevelových společností jsou tisíce, pro zajímavost:



ZINZINO

<https://mybewit.com/r/olej>

www.zinzino.com

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o MLM účty? Přijdete o možnost čerpání pasivního příjmu, z vybudované struktury zákazníků, nebo o možnost jejího prodeje. Také přijdete o finanční prostředky, které se mohou nacházet ve virtuální peněžence účtu. A také o možnost výhodnějších nákupů se slevami plynoucích z vybudované pozice.

34. ÚČTY V ESHOPECH

...aneb internetový účet je základem pro správu všech e-shopů

Každý z nás již nakoupil pomocí některého z e-shopů a je jedno zda to byly knihy, oblečení, sportovní věci nebo potraviny.

Internetové účty mohou obsahovat nahráný kredit pro následující nákupy, doklady (nutné do účetnictví), ale také provize pro e-shopy, které fungují jako prodejní platformy.

Mez největší mezinárodní eshopy patří:



www.ebay.com



www.alibaba.com



www.amazon.com

Přes eshopy s prodejem knih ale i jiné velké eshopy lze nakupovat také e-knihy. E-kniha bývá pak dostupná v zákaznickém účtu ve virtuální knihovně. Některá knihkupectví nahrávají jejich členům (tedy majitelům registrovaných účtů) často také e-knihy jako dárek

k nákupům či jiným příležitostem. Virtuální knihovny tak mohou obsahovat desítky i stovky e-knih, které mohou mít souhrnnou velkou hodnotu.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o účty v eshopech? Přijdete o finance, které vznikly prodejem výrobků a služeb, které jsou v účtu akumulovány, přejdete o kontakty a data. Můžete přijít také o velkou virtuální knihovnu.

35. ÚČTY K ZAKOUPENÝM SW

...aneb snažím se popsat něco co 99 % lidí možná ani netuší

Používání základního softwaru je nutná podmínka k tomu, abychom vůbec mohli používat uživatelsky počítače, notebooky, tablety a internet.

Mezi základní software patří například Windows nebo Microsoft office. Určitě znáte také antivirové programy, které zajišťují ochranu počítačů. Všechny tyto softwarové programy jsou kupované ve formě licence na určitou dobu a jejich koupě je vázaná mimo jiné i na email.

V neposlední řadě ale existuje i software pro různé odborné činnosti jako například software pro grafiky, kameramany, architektky, logistické firmy a další. Po jejich zakoupení může být licence i doživotní.



www.microsoft.com



www.avast.com

V registrovaných licencích k zakoupeným softwarům může být skrytá velká hodnota, vzhledem k jejich ceně (zejména u odborných SW) a možnosti je dále užívat dlouhodobě, nebo alespoň v období časově omezeného předplatného.

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o přístupy k vlastněnému softwaru? Přijdete o licence, které mohou být dočasné ale i doživotní a ztratíte tak možnost tento software dále využívat.

36. ÚČTY K SOCIÁLNÍM SÍTÍM

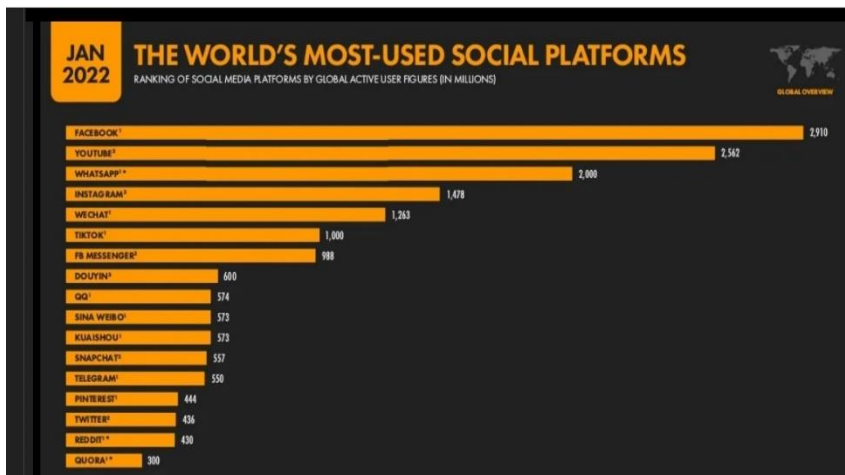
...aneb sociální sítě jsou již pro milióny lidí zdrojem příjmu

Účty na různých sociální sítích má vytvořeno miliardy uživatelů na celém světě, kteří zde tráví i velké množství času a pro mnoho lidí se také sociální sítě stávají zdrojem informací.

Ze začátku byl příjem ze sociálních sítí těžko uchopitelný, ale v poslední době se objevuje celá řada tzv. influencerů, osobností více či méně známých, které pomocí svých sociálních sítích umí efektivně oslovit své fanoušky a potenciální zákazníky nebo umí prostřednictvím sociálních sítích sdílet novinky k široké veřejnosti, což realizoval např. i Donald Trump v prezidentské kampani pomocí sociální sítě Twitter.

Potenciál sociálních sítí stále není konečný, protože se objevují nové možnosti od vkládání videí, volání přes sociální sítě, ale také možnosti nákupů, plateb nebo propagace vlastních nebo cizích výrobků a služeb. Také přibývají nové sociální sítě.

Mezi nejsledovanější sociální sítě patří:




























Zdroj: <https://datareportal.com/>

Čas strávený na sociálních sítích :



Zdroj: <https://datareportal.com/>

Sociální sítě jsou velmi populární u známých osobností, které svým dosahem umí oslovit své fanoušky na celém světě. Největší sledovanost Facebook profilu má fotbalista Cristiano Ronaldo a to 593 mil. uživatelů.

<p>#1</p>  <p>Cristiano Ronaldo Celebrity</p> <p>100 SCORE 592.2M REACH 10.8M ENGAGEMENT</p> <p>Football Players, Health & Fitness, ...</p>	<p>#6</p>  <p>Ariana Grande Celebrity</p> <p>100 SCORE 430.9M REACH 4.2M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Fashion, Film & Tel...</p>	<p>#22</p>  <p>Justin Bieber Influencer</p> <p>100 SCORE 402.2M REACH 1.5M ENGAGEMENT</p> <p>Entertainment, Fashion, High Net ...</p>	<p>#10</p>  <p>Selena Gomez Celebrity</p> <p>100 SCORE 392.8M REACH 4.5M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Christianity, Entart...</p>	<p>#17</p>  <p>Kylie Jenner Celebrity / Influencer</p> <p>100 SCORE 362.3M REACH 10.8M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Beauty, Business, ...</p>
<p>#24</p>  <p>Beyonce Knowles Celebrity</p> <p>100 SCORE 253.8M REACH 3.5M ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Christi...</p>	<p>#17</p>  <p>Khloe Kardashian Celebrity</p> <p>100 SCORE 250.5M REACH 1.9M ENGAGEMENT</p> <p>Businesspeople, Entertainment, Ent...</p>	<p>#61</p>  <p>Nicki Minaj Influencer</p> <p>100 SCORE 222.6M REACH 1.1M ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Busine...</p>	<p>#66</p>  <p>Neymar Jr Celebrity</p> <p>100 SCORE 222.1M REACH 3.7M ENGAGEMENT</p> <p>Entertainment, Football Players, P...</p>	<p>#110</p>  <p>Jenny Agutler Influencer</p> <p>100 SCORE 249.8M REACH 890.4K ENGAGEMENT</p> <p>Influencer</p>
<p>#12</p>  <p>Kevin Hart Celebrity</p> <p>100 SCORE 215.5M REACH 3.1M ENGAGEMENT</p> <p>Comedians, Entertainment, Entert...</p>	<p>#60</p>  <p>Shakira Influencer</p> <p>100 SCORE 215.5M REACH 3.1M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Entertainment, Ent...</p>	<p>#25</p>  <p>Drake Celebrity</p> <p>100 SCORE 215.5M REACH 3.1M ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Boxers ...</p>	<p>#36</p>  <p>Lady Gaga Influencer</p> <p>100 SCORE 215.5M REACH 3.1M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Entertainment, Ent...</p>	<p>#26</p>  <p>LeBron James Celebrity</p> <p>100 SCORE 215.5M REACH 3.1M ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Autho...</p>
<p>#27</p>  <p>Kim Kardashian ... Celebrity</p> <p>100 SCORE 359M REACH 3M ENGAGEMENT</p> <p>Beauty, Business, Businesspeople, ...</p>	<p>#15</p>  <p>Taylor Swift Celebrity</p> <p>100 SCORE 335.6M REACH 3.9M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Brit Award Winner...</p>	<p>#50</p>  <p>Dwayne Johnson Celebrity</p> <p>100 SCORE 319.2M REACH 2.1M ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Boxers ...</p>	<p>#65</p>  <p>Katy Perry Influencer</p> <p>100 SCORE 303.9M REACH 799K ENGAGEMENT</p> <p>Brit Award Winners, Businesspeo...</p>	<p>#45</p>  <p>Kendall Jenner Celebrity</p> <p>100 SCORE 250.8M REACH 5.5M ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Beauty, Entertain...</p>
<p>#28</p>  <p>Demi Lovato Celebrity</p> <p>100 SCORE 197.6M REACH 543.9K ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Businesspeople, C...</p>	<p>#66</p>  <p>Miley Cyrus Celebrity</p> <p>100 SCORE 220.3M REACH 808.8K ENGAGEMENT</p> <p>Animal Lovers, Entertainment, Fat...</p>	<p>#104</p>  <p>Kriti Sanon Celebrity / Influencer</p> <p>100 SCORE 196.1M REACH 107.8K ENGAGEMENT</p> <p>Actors, Beauty, Entertainment, Fat...</p>	<p>#22</p>  <p>Kourtney Kardas... Celebrity</p> <p>100 SCORE 188.9M REACH 1.4M ENGAGEMENT</p> <p>Beauty, Entertainment, Fashion, H...</p>	<p>#104</p>  <p>Barack Obama Influencer</p> <p>100 SCORE 165M REACH 823.7K ENGAGEMENT</p> <p>African-American / Black, Autho...</p>

Zdroj: www.thehandbook.com/

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o sociální sítě? Přijdete o možnost správy jednotlivých účtů na sociálních sítích. Některé účty, které mají velký počet sledujících, slouží jako marketingový nástroj a zdroj příjmu.

Lidé vlastníci svůj účet na sociálních sítích s vybudovanou velkou fanouškovskou základnou by měli mít dobře ošetřené vlastnictví tohoto účtu a měli by se zajímat také o postup jak s účtem naložit, na koho převést jeho správu a vlastnictví, v případě jejich úmrtí. Doporučuji, aby se o zavedený účet na sociálních médiích i v případě úmrtí, starala dále nějaká marketingová agentura.

37. ÚČTY K VIDEO APLIKACÍM

...aneb i video aplikace jsou zdroje příjmu pro celou řadu lidí

Velmi populární jsou video aplikace, které umožňují prohlížení, nahrávání a sdílení videí na různá témata. Tyto aplikace jsou využívány lidmi různých profesí, a i se zcela rozdílným záměrem, od profesionálních kanálů známých osobnosti, zejm. zpěváků, přes videa náležících k webům s placeným obsahem, online kurzů až po amatérská videa nebo videa pro děti. Řada i na prvních pohled amatérských videí však využívá vložených reklam coby zdroje finančního příjmu.

3 nejznámější video aplikace jsou



[Youtube.com](https://www.youtube.com)



[Vimeo.com](https://www.vimeo.com)



[Youku.com](https://www.youku.com)

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o video portály? Přijdete o přístupy k účtům a někdo Vám může vymazat videa včetně těch, které mají velkou sledovanost a prostřednictvím vložené reklamy jsou zdrojem finančního příjmu. Také může přijít o odměny, které videoportály vyplácí v rámci systému odměňování.

38. ÚČTY INZERTNÍCH PORTÁLŮ

...aneb online inzertní portály nahrazují papírové inzertní noviny

V každém státě na světě jsou velmi populární inzertní portály, které umožňují prodávat různé zboží.

Některé inzertní portály zajišťují pouze propagaci prodeje a některé zajišťují přímo i platby.



www.Gumtree.com

aukro

www.aukro.cz

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o inzertní portály? Přijdete finance, které jsou nahrány v jednotlivých aplikacích ve virtuálních peněženkách, historii prodeju (včetně vašich kreditů), o již vybudovaný příjem, přijdete o zakázky, přijdete o kontakty a cenová data.

39. ÚČTY SEZNAMEK A SEX PORTÁLŮ

...aneb seznamovací a erotické portály patří mezi nejnavštěvovanější

Další zajímavou oblastí je oblast seznamovacích a zejména pak sex portálů.

Mezi populární seznamky patří např.



www.edarling.com

Počet uživatelů je 13 milionů. V rámci seznamky nezdědíte finance, ale můžete ošetřit (smazat) případná citlivá data z těchto portálů.

Velmi populární jsou však v dnešní době erotické portály (a to nejen uživatelsky) a v rámci digitálního majetku je nutné zmínit i je, protože tyto portály zajišťují příjem tvůrcům vkládaných a zveřejňovaných videí.



www.pornhub.com

Počet návštěvníků webu je 3 miliardy měsíčně.

Zdroj <https://cz.pornhub.com/partners/models>

Co se stane, když se při zjišťování digitálního dědictví nebudete zajímat o seznamovací a erotické portály? Přijdete o přístupy k účtu, k nahraným videím, které jednak obsahují choulostivý obsah, ale také jsou zdrojem finančního příjmu – systémem odměňování za sledovanost.

40. A CO DÁL.

Hodnota digitálního majetku, resp. dědictví, poroste a za pár let se poznatkům z této knihy budete jen smát tak, jak se dnes smějeme lidem, kteří ve filmech z devadesátých let používali velké mobilní telefony, které „uměly“ pouze telefonovat.

Knihu jsme přeložili do 58 jazyků a se svými kolegy budeme dělat vše proto, aby se povědomí o digitálním majetku a dědictví dostalo do médií, k právníkům, k notářům, do škol i k co nejvíce široké veřejnosti, protože digitální majetek, který zůstává v internetových aplikacích, protože se k němu nikdo z neznalosti nehlásí, má hodnotu miliardy dolarů.

Plánujeme také celou řadu přednášek a seminářů, kde chceme na konkrétních příkladech ukazovat kolik je v oblasti digitálního majetku, resp. dědictví, skrytých financí a nikdo o nich třeba vůbec neví.

Pokud Vás toto téma zaujalo, nebuďte lhostejní, i když plně chápu, že některé věci jsou „těžko uchopitelné“, a řekněte o digitálním majetku a dědictví co nejvíce Vaším známým, protože díky tomu nebudou přicházet o digitální majetek o kterém jste před přečtením knihy možná ani nevěděli.