



Technologie & Innovation

DER TRENDBEOBACHTER

Serie
TRENDS UNTER
BEOBACHTUNG

Im Angesicht des Algorithmus

Trends sind der Schlüssel zur Zukunft und überlebenswichtig für Unternehmen. In der absatzwirtschaft beleuchtet Experte Mathias Haas zukünftig regelmäßig die wichtigsten Marktentwicklungen. Teil eins: Die neue Macht der Daten.

1. Wie weit wird die Datenpreisgabe und die Hingabe der Menschen an die Maschinen gehen? Wir geben heute schon täglich Daten an Organisationen, Menschen und Maschinen. Die wenigsten haben hier noch einen Überblick. Trotzdem gilt der Deutsche als besonders sensibel. Unsere Beobachtungen melden kein Verhalten, das diese Behauptung wirklich unterfüttert: Wo waren die Demonstrationen nach dem NSA-Skandal? Wer hat wirklich sein Smartphone gesichert? Wer ist nicht (mehr) bei

Miles & More oder bei Payback? Wir sehen die meisten Menschen mit glänzenden Augen auf dem Weg zum nächsten Gratis-Toaster, Mietwagen-Upgrade und Fünf-Euro-Gutschein von Jochen Schweizer. Gemessen mit dem GMV-Faktor – dem Faktor für gesunden Menschenverstand – offenbart dies zum einen den Wunsch nach „Mehrwert“ und zum anderen den nach „Transparenz“. Aber grundsätzlich gilt: Jede Generation hat ihr „Facebook“. Meine Großmutter hatte Angst vor dem Zug. Unse-

re Kinder werden Respekt vor sozialen Robotern, Billionen von Sensoren und implantierten Computerchips haben. Zu Recht. Aber auch sie werden diese Innovation verdauen und schlussendlich auf das nächste Level treiben, solange auch nur der geringste Mehrwert darin gesehen wird.

Der vollautomatische Rasenmäher Tango E5 von John Deere, der Parkroboter am Flughafen Düsseldorf, unzählige Dating-Plattformen mit dem Algorithmus für den perfekten Partner und der „Performance Data



Technologie & Innovation

Unser Autor

Mathias Haas ist „Der Trendbeobachter“ und damit kein klassischer Zukunftsforscher. Er und sein Team machen Firmen, Verbände und öffentliche Träger zukunftsfit und nutzen dafür Infotainment und transferorientierte Beratung. Um Entscheidern in Unternehmen zu helfen, müssen Veränderungen gemanagt werden, so eine Studie des Handelsblattes. Genau deshalb wird der Redner und Berater Haas den Markt im Auge behalten.



Recorder“ von Corvette, der das Fahrverhalten auf und neben der Rennstrecke optimiert, haben sich ihren Platz in unserem Leben schon erkämpft. Und all das ist nur der Anfang. Wir erleben heute schon, wie unsere Kinder volldigitalisiert aufwachsen können. Nehmen wir zum Beispiel Kinder, die mit Cayla spielen. Diese Puppe hört zu und spricht – und sie ist per Bluetooth mit dem Internet verbunden. Damit hat sie auch Zugang zu Wikipedia. Plötzlich muss nicht mehr Mama die lästigen Fragen der lieben Kleinen beantwor-

ten. Wie praktisch. Oder: Wenn der Vater – zum Beispiel beruflich – verreist, kommt die Zeit von Mailmen. Das Wi-Fi-Walkie-Talkie ist als Kinderspielzeug verkleidet und sorgt für die virtuelle Familienzusammenführung – anytime und anywhere.

Die Menschen geben sich den Maschinen hin – und dabei werden zunehmend Daten erhoben. Ja, wir sollten bewusster damit umgehen. Doch der Mensch ist auch bequem, gern tiefenentspannt, oftmals nachlässig und sicher auch mal sorglos.

2. Werden nachfolgende Kohorten sich als Teil der Maschinerie begreifen, die sie umgibt und permanent vermisst (im Sinne von vermessen)? Wir werden Maschinen in das Privat- und ins Berufsleben voll integriert haben. In der Schweiz werden abseits von guter alter Handwerkstradition bereits heute Tausende von Käseläuben durch Roboter gedreht und die Edertalsperre wird zur Inspektion mit Drohnen abgeflogen. Wer freut sich nicht auf das pilotierte Fahren und wen fasziniert es nicht, ▶



Technologie & Innovation



Die „Puppe 2.0“ heißt Cayla und plappert nicht nur, sie kommuniziert auch. Cayla kostet rund 80 Euro.

Das Gadget „Mailmen“ der Firma ToyMail ermöglicht durch eine App die Kommunikation mit den Kleinsten aus der Ferne.

dass in Schweden der Flughafen von Ö-vik bald ferngesteuert sein wird? Die Mitarbeiter der Flugsicherungszentrale dieses kleinen Landeplatzes werden 165 Kilometer südlich davon sitzen. Übrigens gibt es ernst zu nehmende Überlegungen, Flugzeuge nur noch mit einem Piloten zu besetzen – weil „die Maschine“ so zuverlässig ist. Gute Zeiten für die Anbieter von „Anti-Flugangst-Seminaren“. Aber im Ernst: Es gibt eine große Bandbreite an Ansichten darüber, inwieweit Menschen Automatisierung und die passenden Algorithmen für attraktiv halten, wie schnell sie sie adaptieren und ihre Gewohnheiten anpassen. Nicht überall herrscht eine derartige „digitale Phobie“ wie in Deutschland. Wir sind eines der ältesten Länder der Welt und somit naturgemäß nicht der ideale Standort für „das nächste große Ding“. Doch wir – alle zusammen – sollten uns bewusst sein, dass heute so gut wie jedes Geschäftsmodell ein digitales ist und dass wir momentan bei genau dieser Digitalisierung hinterherlaufen. Was uns helfen würde, wäre eine neue tragfähige „Datenkultur“ mit breiter Akzeptanz. Denn ganz ehrlich: Große Anbieter wie Google einfach zu zerschlagen ist ein Armutszeugnis. Das kann keine ernst gemeinte Reaktion sein – auch wenn sie mittlerweile mehrheitsfähig sein könnte.



3. Werden wir bestimmte Prozesse völlig aus der Hand geben – Beispiel: der einkaufende Kühlschrank? Bei den schon angesprochenen Singlebörsen machen wir das bereits ziemlich deutlich. Und auch sonst ökonomisieren wir unser Leben, überlassen die Vorsortierung dem Automaten und sind recht dankbar für diesen Verlauf. Selbst an den Kapitalmärkten übergeben wir Fondsanbietern wie Assetbuilder, Betterment und Vanguard die volle Kompetenz für etwas mehr Transparenz und geringere Kosten. Sogenannte Fintechs (ein Sammelbegriff für etwa 3500 Start-ups im

Bereich Finanzdienstleistungen) machen den Banken und Versicherungen die Hölle heiß. Ganz offensichtlich lässt sich also Vertrauen auch digital aufbauen. Und Vertrauen ist – wie eine große deutsche Bank einst werblich formulierte – der Anfang von allem. Also auch davon, den Maschinen und Algorithmen Entscheidungen zu überlassen. Bringen wir wieder den gesunden Menschenverstand in Anschlag: Ist das Einkaufen von Lebensmitteln so unattraktiv, dass wir es gerne der Maschine übergeben wollen? Oder sind andere Aktivitäten so attraktiv und/oder so fordernd, dass wir es bald müssen? Die Zu-



kunft wird es zeigen. Selten kommen große Veränderungen über Nacht – doch oft arbeiten verschiedene Anbieter in die gleiche Richtung! Wir nutzen schon seit zwei Jahren den Paketkasten von DHL. Mit diesem überdimensionalen Briefkasten kann man bequem Pakete empfangen und versenden, ohne zu Hause zu sein.

4. Wird im Wettbewerb mit Robotern die repetitive Arbeit verschwinden? Es gibt verschiedene Untersuchungen zu diesem Thema. Egal, ob die University of Oxford, das PEW Research Center oder McKinsey dieses Thema prüfen – alle erreichen ein ähnliches Fazit: Rollen und Arbeitsplätze mit einem hohen Anteil an Routine werden massiv unter Druck geraten! Nach dem sogenannten RTI Score (routine task intensity) werden die Aufgaben von Lektoraten, Sekretärinnen, Sachbearbeitern und Buchhaltern schlicht ersetzt. Michael Osborne und Carl Benedikt Frey, beide aus Oxford, haben 702 Berufe in den USA untersucht: Etwa 47 Prozent der betrachteten Berufsausrichtungen sind hochgradig bedroht! Am anderen Ende der Tätigkeitsskala sind Konzeptioner und Kreative in allen Sparten mitten im „goldenen Zeitalter“. „Menschen-Liebhäber“ wie Fitnesstrainer, Erzieher und Lehrer gehört die Zukunft. Gewinner sind auch Schauspieler, Regisseure und Produzenten und all jene, deren Tätigkeiten eben nicht standardisiert ablaufen. Es wird Verschiebungen geben – wie damals, als die Menschen vom Agrar- ins Industriezeitalter katapultiert wurden. Auch in dieser Zeit war der Wandel nicht trivial bis schmerzhaft. Zur Orientierung: Die Landwirtschaft in den USA hat einmal 41 Prozent aller Arbeiter beschäftigt – heute sind es weniger als zwei. Bereits heute nehmen die Konflikte zwischen Armen und Reichen stark zu – und dies wird extremer, zumal der Wettbewerb mit der Maschine kaum auszuschließen und auszuhalten ist. Eine brutale Mischung, denn sozialer Status wird weltweit vererbt. Mathias Haas war bei seiner ASIAN MINDSET TOUR (die absatzwirtschaft hat aus-



Die Narrative Clip, eine Mini-Kamera, ist nur 3,6 x 3,6 Zentimeter groß, hält aber Erlebnisse sogar automatisch fest.

fürhlich berichtet) unter anderem bei Nexen Tire in Südkorea. Bei diesem Reifenhersteller prüfen 45 Mitarbeiter 60 Millionen Pneus im Jahr. Derartige Leistungen werden nur durch den „intelligenten Mensch-Maschinen-Mix“ möglich und sind gleichzeitig gesellschaftlicher Sprengstoff.

5. Kann vollautomatisierte Kommunikation irgendwann einen echten Dialog mit Menschen ersetzen? Vollautomatisierte Werbung gibt es bereits in einer Art „Light-Version“ in Form von Trigger-Mails. Wenn etwa eine Bank den ersten Gehaltseingang eines Auszubildenden automatisiert registriert, dann kann der beschriebene Toaster oder ein Glückwunschscheiben verschickt werden. Genau hierbei hilft dann zum Beispiel Narrative Science, ein amerikanisches Unternehmen, das mehrere Tausend Newsletter derart individualisiert schreibt, dass die Kunden von „menschlichem Verhalten“ ausgehen. Ausgangslage waren aber schlicht die Depotinformationen, Marktdaten und jede Menge andere Details, die mit Bezug zum Kontoinhaber hinterlegt bzw. bekannt sind. Dieses „automated storytelling“ ist heute schon der Albtraum jedes amerikanischen Journalisten im mittleren und unteren Segment. Klar, Kollegen beim Wall Street Journal oder bei der New York Times lächeln noch ...

6. Was ist die nächste große Chance? In Deutschland haben wir wichtige Komponenten, denn fast 25 Prozent unseres Bruttoinlandsproduktes kommen aus der Industrie. Wenn der Automobilzulieferer ZF den amerikanischen Wettbewerber TRW aufkauft, der Anlagenbauer Voith sich beim Industrieroboterhersteller Kuka beteiligt und Lapp Kabel den Roboticspezialisten Lapp Muller weiter ausbaut, dann sieht man, dass

Technologie & Innovation

zumindest einige Konzernlenker globaler und langfristiger denken, abseits von den üblichen Bedenken.

7. Wir dürfen uns durchaus die großen Fragen stellen: Wem sollten die Maschinen gehören? Zum Beispiel den Arbeitern? Oder gar ihren Herstellern? Volkmar Denner, Leiter des Bosch-Konzerns, kann sich durchaus vorstellen, dass Produktionsmaschinen zukünftig im Besitz des Herstellers bleiben und verarbeitete Stückzahlen oder Betriebsstunden in Rechnung gestellt werden. Er kann sich auch vorstellen, dass neue Marktteilnehmer mitspielen werden. Anbieter, die zwischen den heutigen Fabrikanten und ihren Kunden agieren. Investmentfonds, Datenkraken oder Kommunikationsanbieter? Aber auch im privaten Umfeld treiben uns Kontrollwahn und Selbstoptimierung in datengetriebene Vermessung: Da ist die Versicherung, die uns für maschinenüberwachtes defensives Autofahren einen besseren Tarif anbietet. Oder unser Ego mit uns durchgeht und uns zum Kauf des „Narrative Clip“ verführt. Diese an der Kleidung ständig mitgeführte Minikamera ist so groß wie eine Briefmarke und macht fast 3000 Bilder am Tag. Seit Markteinführung vor etwa einem Jahr wurden so locker über 100 Millionen Fotos produziert. Als der wahre Mehrwert werden nach Internetupload mittels mathematischer Formel die fünf oder sechs schönsten Momente des Tages ausgelesen, die hinreißendsten Augenblicke präsentiert. Tja, für ein normales Leben gibt es eben keine Likes. Da werden Hilfsmittel ja wohl erlaubt sein. Deutlich komplizierter wird es beim Tracking von Menschen zu deren eigenem Vorteil. Nehmen wir ältere Personen. Diese wollen niemandem zur Last fallen und möglichst lange (alleine) zu Hause leben. Über Systeme mit permanenter Erfassung von Bewegung, Tagesablauf und Körperdaten können Angehörige die Freiheit des selbstbestimmten Lebens lange ermöglichen und gleichzeitig einigermaßen Gewissheit darüber haben, dass es den Lieben gut geht. Doch ist es legitim, das Bewegungsprofil der eigenen Eltern per Smartphone zu vermessen? Neues Verhalten benötigt auch neue Entscheidungen – gerade in einem der „ältesten Länder“ der Welt. Deshalb der Appell: Nehmen Sie sich Zeit zum Denken! **Ⓜ**