



NZZ X.Days in Interlaken

Tech Guru und Serial Entrepreneur Loïc Le Meur, wagt einen Ausblick ins Jahr 2030.

NZZ X.Days, 25. – 26. März 2015

„Ready for the next revolution?“ Dieser Frage gingen die rund 400 Teilnehmer der NZZ X.Days 2015 in Interlaken nach. Die internationalen Referenten sprachen über die Chancen und Herausforderungen des digitalen Wandels und über dessen Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und Unternehmen.

Chris Anderson, CEO von 3D Robotics und Gründer von DIY Drones, startete die Vortragsreihe mit einer wunderbaren Silicon Valley-Geschichte: Grosses entsteht in der Garage – oder in seinem Fall am Familien-Esstisch. Dort baute er gemeinsam mit seinen Kindern Drohnen. Die Technologie dafür steckt in jedem modernen Smartphone. Später baute er innerhalb von zwei Jahren gemeinsam mit einem jungen Mexikaner die heute grösste Produktionsstätte für Drohnen weltweit. Sein persönliches Erfolgsgeheimnis: Arbeite mit jungen Menschen zusammen. Sie hätten keine Angst vor Neuem und bringen sich selbst bei, was sie wissen müssen. Gemäss Anderson befinden wir uns im Zeitalter der „Personal Stories“. Social Media erlaube es uns, die Geschichte unseres Lebens zu erzählen. Bereits heute teilen wir Fotos und Videos. Künftig werde die Drohne, immer mit Kamera ausgerüstet, dem Besitzer folgen und sein Leben dokumentieren. Andersons Drohnen müssen nicht wie Modellflugzeuge gesteuert werden, sondern fliegen mittels Autopiloten. Die Befehle werden über das Smartphone gegeben. Dadurch eröffneten sich laut Anderson ganz neue Perspektiven: die Person

hinter der Kamera sei neu auch vor der Kamera und damit Teil der Geschichte. In Zukunft würden wir somit nicht länger Selfies, sondern Drohnis aufnehmen. Die Einsatzgebiete für Drohnen seien sehr vielfältig für Privatpersonen, Industrie und Landwirtschaft. Das grösste Potenzial sieht Anderson, wenn Big Data und Robotics miteinander verknüpft würden.

Überwachung einfacher als je zuvor

Nach dem Vortrag über Drohnen holte Constanze Kurz vom Chaos Computer Club die Teilnehmer wieder zurück auf den Boden der Tatsachen. Wir dürften uns nicht mit Überwachung abfinden, führte sie aus. Die Snowden-Enthüllungen um die Massenüberwachungen durch den amerikanischen Geheimdienst NSA hätten die Menschen sensibilisiert.

Wissen sei Macht – in den USA werden jährlich zwischen 70 und 80 Milliarden Dollar für staatliches Hacking ausgegeben. Diese Wirtschaftsspionage führe zu einer Vertrauenskrise in der IT: Alle IT-Systeme enthielten heute Abhörschnittstellen, einige legal, einige geduldet, andere illegal. Wir hätten grundlegende strukturelle Probleme in der IT Security, betonte Kurz. Nur noch sehr stark verschlüsselte Kommunikation sei heute sicher. Überwachungstechnologien seien zu einem lukrativen Industriezweig geworden, über 340 Firmen weltweit beschäftigten sich damit. IT Security werde in Zukunft zu einem zentralen Thema werden. Kurz forderte von Wirtschaft und Politik, aus den jungs-

ten Hacking-Angriffen zu lernen und Konsequenzen daraus zu ziehen. Denn noch nie zuvor sei es einfacher gewesen, private oder geschäftliche Daten zu überwachen.

Vom Chaos Computer Club ins organisierte Gesundheitswesen: Martin Tiani, Gründer und CEO von Tiani Spirit, führte aus, wie in Zukunft Apotheken, Ärzte und Spitäler über standardisierte medizinische Daten direkt auf Patientenakten zugreifen könnten. Damit könnten sie schnell und effizient an die erforderlichen Informationen gelangen und Leben zu retten – auch im Ausland.

Die neue Macht der Konsumenten

Martin Lindstrøm, Autor und Brand Futurist stellte fest, dass disruptive Konzepte auffallend oft von jungen Leuten zwischen zwanzig und dreissig Jahren entwickelt werden: Instagram verdrängte Kodak, Skype attackierte die Telekommunikationsunternehmen und Uber konkurriert etablierte Taxiunternehmen. Warum? Die Zwanziger erweiterten ihren Freundeskreis jede Woche um sieben Personen und hätten eine sehr enge Beziehung zu ihrem Smartphone, so Lindstrøm. Die Weiterempfehlung durch Freunde sei sehr wichtig und entscheide über Erfolg oder Misserfolg einer Firma oder eines Produktes. Konsumenten hätten heute mehr Einfluss als das Unternehmen selbst. Früher habe das Vertrauen in einen Brand im Zentrum gestanden, heute stehe jedoch der Kunde und wie er darüber spreche im Fokus. Social Media müsse daher in der Vision eines Unternehmens eingebettet werden. Für Lindstrøm steht fest: „Under promise and over deliver“.

Kunden werden zu Mitarbeitenden

Jeremiah Owyang, Gründer von Crowd Companies, nahm den Faden der disruptiven Lösungen auf – sie führten direkt zur Shared Economy. Teilen sei das neue Besitzen. Doch was bedeutet es für Unternehmen,

wenn die Kunden nicht länger Produkte kaufen, sondern teilen? In der Sharing Economy würden heutige Business Modelle disruptiert und neue entstehen. Im Zeitalter von Social Media sei die Bereitstellung (create) und das Teilen (share) von Informationen für jedermann möglich, so Owyang weiter. Das Teilen von Ressourcen sei der nächste Schritt. Bereits heute gebe es viele Beispiele von Shared Economy: Uber und Airbnb sind die bekanntesten. Die meisten dieser Sharing-Plattformen seien weniger als fünf Jahre alt. Owyang führt dies auch auf die damalige Finanzkrise zurück.

Damit ein Unternehmen erfolgreich sei, müsse es seine Kunden einbeziehen – auch bei der Produktentwicklung. Die neue Barclaycard der britischen Bank sei zum Beispiel mit den Kunden gemeinsam entwickelt worden, Coke Wonolo ermögliche lokales arbeiten in Form von Mikrojobs, mit Mila von Swisscom würden Kunden zu Freunden, die andere Kunden helfen. Gemäss Owyang werden wir in Zukunft nicht mehr zwischen Kunden und Mitarbeitenden unterscheiden, denn die Kunden würden zu Mitarbeitenden.

Die Digitalisierung erfordert neue Jobmodelle

Für Kirill Tatarinov, Executive Vice President für Microsoft Business Solutions, ist die Vernetzung und Digitalisierung eine Grundprämisse für eine erfolgreiche Zukunft. Aus seiner Sicht befinden wir uns mitten in der digitalen Transformation. Er zeigte auf, wie die Digitalisierung die Rollen fast aller Berufsgruppen in einem Unternehmen verändern wird. Der CIO werde zum Corporate Data Officer und müsse eine Datenkultur etablieren. Der Betrieb müsse die Daten nutzen, um die Effizienz und die Innovation in Unternehmen zu steigern, Sales müsse den Kunden End-to-End-Lösungen anbieten, um deren Business zu transformieren und das Marketing müsse mit einem Storytelling-Ansatz mit den Kunden über verschiedene Kanäle in den Dialog treten.



Jeremiah Owyang,
Gründer von
Crowd Companies

Die von Kirill Tatarinov geforderte Vernetzung ist längst Realität. 2013 waren bereits neun Milliarden Geräte ans Internet angeschlossen, 2020 werden es 50 Milliarden sein. In der Knowledge Session von Swisscom zeigte Robert Gebel, Head of Business Development Swisscom Enterprise Customers, auf, wie Unternehmen das Internet of Things in Zukunft nutzen können. Machine-to-Machine-Anwendungen gebe es bereits heute. Swisscom habe zum Beispiel für Feldschlösschen einen Sensor entwickelt, der automatisch alarmiere, sobald sich der Füllstand eines Biertanks zu Ende neige. Die neuen Stromer Elektrofahrräder seien mit SIM-Karten ausgerüstet, zeichnen Motordaten auf, könnten über eine App geortet sowie ent- und verriegelt werden. Gebel zeigte ebenfalls an einem konkreten Beispiel auf, wie Daten intelligent verwendet werden können, um zum Beispiel Verkehrsströme zu messen und zu optimieren.

Die Digitalisierung erlaube es, Geschäftsprozesse durchgehend zu automatisieren – eine vernetzte Kaffeemaschine diene als Anschauungsobjekt. Die Maschine sende automatisch eine Nachricht ans Service Center, sobald eine Störung auftritt. Der Techniker analysiere die Information, nutze für die Reise zum Kunden ein Stromer-Velo, das er über eine App orten und mieten könne, setze beim Kunden seine Augmented Reality Brille auf und sehe darin, wie er die Maschine zu reparieren habe. Das Ersatzteil würde gleich im 3D-Drucker hergestellt. Heute würden vor allem Geschäftsprozesse optimiert, in Zukunft würden dank der Digitalisierung und dem Internet of Things neue Geschäftsmodelle entstehen.

Verzauberte Gegenstände

Das Internet der Dinge beschäftigte auch David Rose. Er unterrichtet und forscht am MIT Media LAB und ist CEO von Ditto Labs. Rose entführte die Teilnehmer in eine Märchenwelt, in der alle Dinge kommunizieren. Diese verzauberten Gegenstände sollen unsere Bedürfnisse vorhersehen, zu uns sprechen und unser Leben verein-

fachen. Rose stellt sich digitale Alltagshelfer so vor: Der Regenschirm blinke, wenn es regnen werde. Die Gabel vibriere, wenn man zu schnell esst. Eine Lampe zeige, je nach Farbe des Lichts, den aktuellen Stromverbrauch eines Haushalts an. Diese Gegenstände würden Teil des Zuhauses, der Wohnungseinrichtung oder der Kleidung und Accessoires. Aus diesem Grund gelte: Das Design ist elementar. Vieles sei spielerisch. Rose präsentierte einen Salontisch mit eingebautem Google Earth und einen Konferenztisch, der angibt, wie sich die Teilnehmer einbringen.

Kein Zauber steckt hinter Morten Lunds Motto: „Dream big, work hard“ empfiehlt er den Teilnehmern. Der Serial Entrepreneur hat in den letzten 15 Jahren in über 150 High-Tech Startups erfolgreich investiert, unter anderem in Skype und Polar. Später verlor er durch eine Fehlinvestition alles. Heute surft er mit einer Finanzplattform namens Tradeshift wieder auf der Erfolgswelle. Sein persönliches Erfolgsrezept: Es gibt keines. Es gehe um Trial-and-Error. Man solle Dinge mit Leidenschaft und Neugierde anpacken. Man solle Regeln brechen, um vorwärts zu kommen. Man solle sich mit Leuten umgeben, die intelligenter sind und man solle global denken, denn jedermann auf dieser Welt sei bald nur noch einen Klick entfernt.

Big Data verändert alles

Daten seien bereits heute das neue Rohmaterial der Wirtschaft, so Kenneth Cukier, Big Data Experte und Data Editor beim The Economist. Die wachsende Datenmenge führe zu einer erhöhten Qualität der Aussagen, die aus den Daten gewonnen werden. Auch Maschinen lernten: Suchmaschinen, Online-Übersetzungs- und Sprachprogramme oder sogar selbstfahrenden Autos – sie alle lernten dazu, je mehr Daten sie erhalten.

Heute sammelten wir mehr Informationen weltweit als jemals zuvor und setzten sie in ein Datenformat. Cukier nennt dies Datafication. Damit ergeben sich viele



Serial Entrepreneur
Morten Lund.

neue Anwendungsmöglichkeiten, insbesondere in der Prognose. Walmart zum Beispiel nutze Datafication und habe festgestellt, dass der Verkauf von Kelloggs Poptarts zunehme, wenn ein Sturm an der Ostküste vorhergesagt wurde. Big Data verändere in einer Unternehmung alles, um erfolgreich zu sein: Was Unternehmen wissen müssten, wen die Mitarbeiter kennen sollten, wer die Geschäftspartner sein sollten, wer die neuen potentiellen Konkurrenten sind. Um erfolgreich in der Big Data Ära zu sein, müsse man Zugang zu den Daten haben. Natürlich gäbe es auch Risiken. Allen voran die Privatsphäre. Cukier glaubt nicht, dass wir das Problem je lösen würden, sondern jede Generation müsse für sich entscheiden, wie sie damit umgehe. Dank Big Data würden wir genauere Vorhersagen treffen können. Doch was würden wir damit tun? Was, wenn die Daten aussagten, dass eine Person eine 95-prozentige Wahrscheinlichkeit habe, kriminell zu werden? Würden wir diese Person präventiv verhaften? Und wem gehörten die Daten überhaupt? Demjenigen, der die Daten produziert oder demjenigen, der die Daten nutzt?

Wir müssten entscheiden, wie wir mit dem Wissen aus Big Data umgehen, so Cukier. Denn die Daten selbst seien nicht die Realität, sondern lediglich ein Abbild, welches wir mit unseren Werten, Gesetzen und unserem gesunden Menschenverstand in Einklang bringen müssten. In Zukunft würde alles gemessen und quantifiziert werden. Die Vorteile von Big Data überwiegen für Kenneth Cukier ganz klar.

Schöne neue vernetzte Welt?

Zum Abschluss präsentierte Tech Guru und Serial Entrepreneur Loïc Le Meur seine, für einige Besucher wohl eher utopische, Vision von 2030. Im Jahr 2030 werde alles mit allem vernetzt sein, Sensoren seien allgegenwärtig. Am Morgen würden wir dank eines Gehirnmessgerätes zum optimalen Zeitpunkt gemäss REM-Schlafphase geweckt. Der Gesundheitszustand werde dauernd überwacht, bei Unregelmässigkeiten werde der Arzt automatisch kontaktiert. Die Lieferung der Medikamente besorge eine Minidrohne oder sie würden von einem 3D-Drucker hergestellt. Auch Essen könne mit dem Drucker hergestellt werden. 3D-Druck sei bereits heute ein Milliardengeschäft. Künftig würden Menschen Vorlagen als Open Source herunterladen, sie personalisieren und sich das Gewünschte selbst ausdrucken. Neben Dingen würden wir uns selbst auch „upgraden“ können. Dank Biomechanics würden wir 15 Kilometer pro Stunde rennen, trotz Knieproblemen.

Oder wir würden nur noch in selbstfahrenden Autos unterwegs sein, denn selbst zu fahren sei bis dahin verboten. Seine Vision greift noch weiter: Künstliche Intelligenz werde bald die menschliche Intelligenz übertreffen und Roboter würden omnipräsent sein. Wir seien dafür noch nicht bereit, aber in Zukunft würden 10 Milliarden Menschen gratis ans Internet angeschlossen sein. Der Internetzugang eröffne diesen Menschen neue Arbeitsmöglichkeiten, es werde Millionen von Freelancern geben, ein neuer Markt für Mikroarbeiter werde entstehen.

Das nächste Facebook?

Neben den Referenten präsentierten drei Jungunternehmer ihre Visionen. Dorian Selz, Gründer und CEO von Squirro, sprach davon, dass 95 Prozent der gespeicherten Daten nie mehr genutzt würden. Sein Unternehmen hat sich darauf spezialisiert, diverse Quellen wie das Internet, Social Media oder Ablagen zu scannen, um die wichtigsten Informationen zu finden, die man zu einem Thema braucht. Ein völlig anderes Problem hat Samira Negm, Co-Gründerin von Raye 7, angepackt. Sie erzählte, wie der chaotische Verkehr in Kairo sich auf das Leben der Stadtbewohner auswirke. Dies und die unsicheren öffentlichen Verkehrsmittel in der Stadt inspirierten Negm, eine App für Fahrgemeinschaften zu entwickeln, die Fahrer und Passagiere über eine Social Media Plattform verbinden.

Menschen verbindet auch Manuel Grenacher, Gründer und CEO von Mila. Mit Mila stellt sich Grenacher die Frage, wie man im Service-Umfeld neue digitalisierte Dienstleistungen bieten kann. Gemeinsam mit Swisscom hat er mit Mila einen Service auf Crowdsourcing-Basis entwickelt. Swisscom friends vermittelt über eine Plattform nachbarschaftliche Hilfe für technische Anliegen.

Ob Drohnen, verzauberte Alltagsgegenstände, 3D-Drucker, Sensoren, Machine-to-Machine-Anwendungen, Big Data, Internet of Things oder Sharing Economy – der digitale Wandel wird unsere Wirtschaft prägen, davon waren alle Referenten überzeugt. Trotz aller Technik stehe bei all dem der Kunde im Zentrum, der für Firmen zunehmend zum Co-Creator von Produkten und zum wichtigsten Botschafter wird. Unternehmen müssen sich jetzt damit befassen, was der digitale Wandel für sie bedeutet und wie sie ihr Unternehmen ins neue Zeitalter führen können.



Kenneth Cukier, Big Data Experte, erklärt die Chancen und Risiken