

Im digitalen Leben siegen die Faulen

Die Bamm! Innovatiosshow zeigte, dass unkonventionelles Denken nötig ist, um auf dem Weg in die digitale Zukunft voranzukommen. Dietmar Dahmen, der Pop-Star der Management-Berater, rockte am 19.2. zum zweiten Mal die Bühne der Samsung Hall in Zürich.

Zürich - Erfolg ist ein Rennen. Ein Rennen gegen die Zeit. Der Langsame wird überholt. „The winner takes it all“. Auf der knallbunten 20-Meter-Leinwand prangte in überdimensionalen Lettern der Weckruf: Die Zukunft ist keine lineare Fortführung der Vergangenheit! Vor der Leinwand demonstrierte der Bühnenvulkan Dietmar Dahmen mit markigen Thesen und bildhaften Vergleichen, was Disruption für Unternehmen heisst. DJ-Sound wummerte aus den Boxen, der Laubbläser wurde angeworfen. Und spätestens als der Zukunftsforscher auf einem Hai ritt, war die Botschaft bei jedem angekommen: Nichts ist beständiger als der Wandel. Das zeigt auch das Format der Bamm! Innovationssshow, die selbst der Zukunft frisch entsprungen zu sein scheint. „Sie könnten auch ein Buch über die Inhalte der Show lesen, aber Sie sind hier. Weil es anders ist“, so Dahmen. 300 Teilnehmer erlebten Wissensvermittlung der anderen Art. Hightech aus erster Hand. In kleinen Workshops präsentierten 11 Startups, Forscher und Unternehmen, wie ihre einstigen Hirngespinnste und Ideen bereits erfolgreich funktionieren.

KI macht die Arbeit

Heute verwenden Nutzer nicht deshalb Plattformen wie Netflix, weil sich ihr Bedürfnis - in dem Fall Filme zu schauen - geändert hat, sondern weil sie es über diese Plattform einfacher, schneller und billiger befriedigen könnten. Dass solche Plattformen letztendlich andere für sich arbeiten lassen, zeigt für Dahmen die Verkehrung der Verhältnisse. „Im digitalen Leben siegen die Faulen. Lassen Sie andere für sich arbeiten.“ In der Schweiz setzen bereits 45 Prozent der Unternehmen auf künstliche Intelligenz. In China seien es 85 Prozent. KI sei dort sogar so weit entwickelt, dass Nachrichtensprecher von Avataren ersetzt werden könnten. „Wenn die KI die Arbeit macht, machen Sie die glanzvollen, emotionalen, innovativen Erlebnisse für Ihre Kunden.“

Grosse Innovationen, grosse Widerstände

Um auf einen Zug aufzuspringen, der schon fährt, müsse man rennen. Für Unternehmen sei es angesichts von smarten Devices längst an der Zeit, ihr Geschäft neu zu denken. „Weltweit gibt es 30 Mrd. Connected Devices.“ Für einen Autohersteller könne das etwa bedeuten, künftig die selbstfahrenden Autos von Robotern tanken zu lassen und über automatische Tankstellen nachzudenken. „Aber grosse Innovationen treffen auf grosse Widerstände. Seien Sie mutig“, so Dahmen.

Ich sag es durchs Megaphon: Die Blockchain ist da

Daten sind die neue Währung. Airbus sammle das 200-fache an Daten wie Facebook. „60 Prozent der Menschen wollen ihre Daten aber nicht hergeben. Trotzdem wollen sie den vollen Service“, so Dahmen. Digitalisiertes Vertrauen sei das Stichwort. Das schaffe nur die Blockchain. Durchs Megaphon dröhnte: „Die Blockchain ist da“.

Trends folgen Gegentrends

Es gibt keinen Trend ohne Gegentrend. Global Detox sei einer davon. „74 Prozent der Millenials würden sich anders ernähren, wenn sie damit den Planeten retten“. Kurze Wege und Qualität stehen hoch im Kurs. „62 Prozent der Kunden bevorzugen regionale Produkte“, so Dahmen. Wie man lokales Denken fördert, ohne dabei auf technische Innovationen zu verzichten, das zeigt Raiffeisen Schweiz mit „Lokalhelden“. Mit Dienstleistungen statt Geld bezahlt das Unternehmen seinen Kredit zurück.

High-Tech aus erster Hand in 11 Pitches

In der Pause stellten 11 Unternehmen, Startups und Forscher ihre neuesten Tech-Trends und Ideen vor. Darunter Hado. Das Virtual-Reality-Spiel ist eine völlig neue Sportart. „Hado ist ein Vorreiter für viele Sportarten, die sich durch die Digitalisierung verändern“, meinte Remo Bügler, Geschäftsführer von Hado. Puzzle ITC Lightning Network präsentierte Skalierungslösung für die Blockchain. Und Simon Schultze von der HTW Chur zeigte auf, dass das Darknet – auch abseits von kriminellen Machenschaften - ein Tummelplatz für viele Talente ist. „Neue Ideen finden Sie nicht auf Google“, meinte Schultze. Durch die Filterblasen und Algorithmen seien die Suchverläufe vordefiniert. Man finde das, was man kennt. Und einen Tipp für die Mitarbeitersuche gabs auch noch: „Die besten Leute sind im Darknet.“

Disruption im Printer-Business

Dahmen forderte seine Zuhörer auf, radikal zu denken. Digitaler Wandel heisst, die alten Prozesse zu zerstören. Im nächsten Moment zerschlug er mit einem riesigen Vorschlaghammer einen Drucker. Bamm! Das Plastikgehäuse zerbrach in seine Einzelteile. Dinge, die nicht antworten können seien überflüssig. Papier ist taub und stumm. „Zerstören Sie analoge Dinge, die nicht vernetzt sind, wagen Sie sich an die schwierigen, scheinbar unerreichbaren Aufgaben,“ so Dahmen. Ein gelungenes Beispiel dafür sei das Unternehmen Kyocera. Der Printspezialist entwickelte eine Software für intelligentes Dokumentenmanagement. Smarte Drucker und die Weiterentwicklung von Dokumenten ist eine Antwort auf die Digitalisierung. „Nicht das Produkt, sondern der Service wird Ihnen zu Erfolg verhelfen“, so Dahmen mit dem Hammer in der Hand.

Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Peter Schappacher Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: schappacher@esb-online.com Web: www.esb-online.com
---	---