

2b.AHEAD  
**THINK!TANK**

TRENDANALYSE AUS DEUTSCHLANDS INNOVATIVSTER DENKFABRIK



**Sven Gábor Jánoszy (39)**  
ist Deutschlands innovativster Trendforscher und Leiter des „2b AHEAD ThinkTanks“. Auf seine Einladung

treffen sich bereits seit neun Jahren 250 CEOs und Innovationschefs der deutschen Wirtschaft. Unter seiner Leitung entwerfen sie Zukunfts-Szenarien und Strategieempfehlungen für die kommenden 10 Jahre. Sein Trendbuch „2020 – So leben wir in der Zukunft“ wird von Unternehmen als Szenario für eigene Zukunftsstrategien genutzt. Sein neues Buch „Rulebreaker – So denken Menschen, deren Ideen die Welt verändern“ ist eine Anleitung zur Eroberung neuer Märkte durch bewusste Regelbrüche. Jánoszy coacht Manager und Unternehmen in Prozessen des Trend- und Innovationsmanagements, führt Kreativprozesse zur Produktentwicklung und ist gefragter Keynotespeaker auf Strategietagungen. Er bestieg den Kilimandscharo und lief 2011 seinen 18. Marathon.

## Der unverstandene Megatrend ... Die Zukunft der Cloud

Es ist der vielleicht meistgebrauchte Begriff auf Technologiekongressen und Tagungen unserer Zeit: Die Cloud. Technologieanbieter und ihre Partner überschlagen sich mit Beschwörungen über das Zukunftspotenzial der Cloud. Warum sollte ein Zukunftsforscher nun auch noch darüber schreiben?

Ich habe mich lange geweigert, weil wir Trendforscher üblicherweise nicht über Dinge rede, die aktuell passieren. Aber ich stelle bei meinen Keynotes und Workshops immer wieder fest, dass die strategische Bedeutung dessen, was hier passiert, bislang kaum jemand reflektiert. Deshalb möchte ich einige Gedanken zum vielleicht größten Regelbruch unserer Tage mit Ihnen teilen. Hier werden heute jene strategischen Machtpositionen besetzt, nach denen Sie künftig leben und arbeiten werden. Heute wird über das künftige Betriebssystem unseres Lebens entschieden. Sie sind mitten drin!

In meiner heutigen Trendanalyse zeige ich Ihnen, was Sie dabei beachten müssen. Lesen Sie welche strategische Bedeutung die Cloud für Ihr Leben und Ihr Unternehmen wirklich haben wird! Und bitte setzen Sie sich mit den 5 Zukunftsregeln der Cloud für Anbieter und Anwender auseinander!

**Das Strategie-Buch von Sven Gábor Jánoszy**



Deutschlands innovativster Trendforscher analysiert die Markteroberungs-Strategien von Persönlichkeiten, die neue Märkte entdeckt, ganze Branchen an den Rand des Abgrunds gebracht und mit eigenen Händen unsere Welt verändert haben. Nutzen Sie seine Strategieempfehlungen, wie Sie kommende Regelbrüche Ihrer Branche vorhersehen und selbst zum Rulebreaker-Unternehmen werden können!

### Die strategische Bedeutung der Cloud: Regelbruch!

Die Milliardeninvestitionen der letzten Jahre von ausnahmslos allen großen Technologietreibern in der IT-Branche haben sämtliche Fragezeichen hinter der Cloud-Idee davon gespült. Wir können uns sicher sein: Die Entwicklung der Cloud Services, die sich heute und in der Zukunft in der IT-Branche vollzieht, wird unsere Welt verändern.

Vor allem wird sie die Geschäftsmodelle all jener Branchen verändern, deren Produkte und Prozesse auf irgendeine Weise digitalisierbar oder zumindest digital darstellbar sind. Und dies ist jede Branche!

Ausgenommen mögen allenfalls einige wenige Luxusmärkte sein, deren Luxus und immenser Preis in der Abwesenheit von Digitalität besteht. Die anderen 98% der Unternehmen haben einen rasanten Wandel vor sich.



Warum ich mir so sicher bin? Weil die Einführung von Cloudtechnologie einen respektablen Regelbruch innerhalb der bisherigen IT-Logiken darstellt. Wenn plötzlich Daten und Programme nicht mehr auf dem eigenen Gerät abgelegt werden sollen, dann verändert dies zwangsläufig die Funktionsweisen der Geschäftsmodelle und die Denkweisen der Käufer und Verkäufer?

Diese Feststellung ist wichtig, denn wir finden sie nicht nur heute in der IT-Branche, sondern auch in allen anderen Branchen jeweils zu den Zeiten, in denen durch Technologiesprünge oder neue Geschäftsmodelle die Machtverteilung der etablierten Player in der jeweiligen Branche komplett auf den Kopf gestellt wurde.

Für jeden interessierten Beobachter muss deshalb die erste Frage lauten: Warum? Warum tut sich die erfolgreiche IT-Branche eine solche Selbstkannibalisierung ihrer funktionierenden Geschäftsmodelle an?

### It's not about data ... Es geht nicht um Daten, sondern um Bedürfniserkennung

Die Antwort ist nicht schwer. Natürlich plant niemand das eigene Geschäft zu verlieren. Im Gegenteil: Große Unternehmen müssen ihr eigenes Geschäftsmodell angreifen, sie müssen sich selbst kannibalisieren! Denn Grundwahrheit aller Märkte ist: Kein Unternehmen wird mit seinem Geschäftsmodell dauerhaft Marktführer bleiben! Es wird jemanden geben, der es angreift und zumeist gewinnt. Doch wenn dies so ist: Was liegt näher als der Gedanke, selbst der Angreifer zu sein. Die Innovations- und Markteroberungsstrategien des Rulebreakings habe ich in meinem Buch „Rulebreaker“ ausführlich beschrieben.

Exakt dies geschieht derzeit unter den großen Playern der IT-Branche. Diese Zeit des Regelbruchs ist eine Phase, in der die Geschwindigkeit der Innovation sowie die Amplitude der strategischen Gewinne und Verluste plötzlich rapide zunimmt. Unternehmen, die nicht rechtzeitig reagieren werden viel

verlieren. Unternehmen die zur richtigen Zeit dabei sind, haben die Chance viel zu gewinnen.

Denn konkret geht es bei der Einführung der Cloudtechnologie natürlich nicht um Daten. Es geht nicht darum, ob Daten statt im eigenen Computer nun an einem anderen Ort gespeichert werden. Es geht auch nicht darum, ob dieser andere Ort in Deutschland oder sonstwo auf der Welt liegt. Wer Ihnen dies erzählt, hat die Cloud nicht verstanden.

Viel wesentlicher geht es darum, die eigenen Daten nicht nur auf dem einen Computer zu nutzen, sondern zugleich auf allen anderen Geräten im Tages- und Arbeitsablauf. Die Nachfolger von iPad & Co. sind iMirror, iTable und iWall. Damit wird in den kommenden Jahren das Internet Schritt für Schritt über alle Orte und Geräte des Alltagslebens „gestülpt“. Jeder Gegenstand bekommt eine eigene IP-Adresse: Ihr Badspiegel, ihre Kinderzimmertapete, Ihr Küchentisch, Ihr ICE-Sitz, Ihr Bürofenster, und so weiter. Die Voraussetzung, dass diese Geräte alle miteinander funktionieren ist die Cloud.

Die strategische Absicht der treibenden Kräfte hinter den Cloudentwicklungen ist nicht, Ihre Daten statt an Ort A künftig an Ort B zu speichern. Die Absicht ist, Ihnen künftig eine Vielzahl neuer Geräte und Services zu verkaufen, die Ihnen genauso nützlich sind, wie ihr heutiger PC.

Und dieser zusätzliche Nutzen entsteht nicht durch Daten, so wie wir Sie bisher kennen: jene statischen Datenberge, die heute in Ihren Datenbanken liegen. Unsere bisherige Vorstellung von Daten ist obsolet ... und damit übrigens auch viele jener Anbieter, die heute ein Geschäft mit statischen Kundendaten betreiben.

Der Nutzen in der Cloud entsteht durch das Erfassen und Auswerten von Bewegungsdaten des Nutzers. Objekterkennung, Bilderkennung und beobachtende Interfaces sorgen künftig dafür, dass Alltagsgegenstände das Verhalten ihrer Benutzer beobachten, diese Realwelt-Daten über die Cloud mit den abgelegten statischen Informationen kombinieren und über maschinelle Algorithmen oder Business Intelligence Systeme jeweils sekundengenau indivi-

NEUPRODUKTENTWICKLUNG

RULEBREAKING

ARBEITSWELTEN 2020

INVESTITIONSANALYSEN

CONSULTING

TRENDS

STRATEGIEENTWICKLUNG

STRATEGY

STUDIES

INNOVATIONSMARKETING

LEADERSHIP FUTURE SAIL

LEBENSWELTEN 2020

GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG

MARKETINGSTRATEGIEN 2020

TRENDOVTRÄGE

IDEATION

TECHNOLOGIEPROGNOSEN

MARKENTWICKLUNG

TRENDDARSTELLUNGEN

TRENDDARSTELLUNGEN

ENTERPRISE 2020

KEYNOTES

MOBILE BUSINESS 2020 SOCIAL MEDIA 2020

KUNDENBEDÜRFNISSE 2020

TRENDFORSCHUNG WORKSHOPS

BLAUE OZEANE

TRENDDARSTELLUNGEN

BUSINESS WAR GAMING

duelle und situationsbezogene Prognosen über das momentane Bedürfnis des Nutzers erstellen. Dies ist die Grundlage um sofort situationsgerechte Informationen und Angebote über die in der Cloud verfügbaren Geräte in unseren Lebens- und Arbeitsalltag einzuspielen.

Deshalb geht es bei der Cloud keinesfalls um Daten nach unserem bisherigen Verständnis. Es geht um die Bedürfniserkennung des Nutzers ... das Prognostizieren seiner Wünsche bevor er sie ausgesprochen hat. Falls Sie sich heute mit Echtzeitkommunikation beschäftigen, so werden Sie mit der Cloud „Schneller-als-Echtzeit“ sein können und müssen.

### Es tobt der Kampf um das Betriebssystem unseres Lebens

Die Vision, die die großen Cloudtreiber damit verbinden, liegt auf der Hand: Wenn die Kunden erkannt haben, dass es überaus nützlich und bequem ist, wenn sich die verschiedensten Alltagsgeräte individuell und situativ auf sie einstellen, dann wollen die Kunden mehr und mehr Geräte davon.

Da diese Datenanalyse und Auswertung aber zur Bedingung hat, dass diese Geräte miteinander kommunizieren müssen, benötigen alle Geräte, die wir im Verlauf eines Tages nutzen, das gleiche Betriebssystem. Derjenige der dies anbietet, hat nicht mehr nur die Macht darüber, wie unser Computer funktioniert. Er hat in Zukunft eine viele größere strategische Macht über viele interessante Fragen: Wie wir arbeiten? Was wir wissen? Was wir kaufen?

Lassen Sie sich bitte durch all die lustigen Wölkchen-Grafiken in den Präsentationen der Cloud-Anbieter nicht täuschen: Wir erleben gerade den Verteilungskampf um das Betriebssystem unseres Lebens. Dies ist der Grund, warum jede der großen Technologiemarken derzeit eigene Cloudangebote auf den Markt bringt, egal ob sie Apple, Google, Microsoft, Telekom oder Toshiba heißen.

Aus Sicht der Unternehmen geht es um nicht weniger, als eine neue Machtverteilung in der Welt der

IT. Wer jetzt die alten Regeln bricht und dem neuen System seine Regeln aufdrückt, der wird in den kommenden Jahren die strategischen Fäden in den Händen halten.

### Die Gewinner und Verlierer der Cloud

Die Gewinner der Cloud werden all jene Unternehmen sein, die verstehen dass die Cloud in unserer Gesellschaft und Wirtschaft vor allem zu einer Konsequenz führt: Das Phänomen der „Masse“ wird allmählich verschwinden. Denn die Cloud macht aus der bisherigen Masse von Menschen jeweils einzeln und 1:1 ansprechbare Individuen. Oder anders gesagt: Sobald ein Mensch sein Smartphone benutzt, wie man ein Smartphone benutzen kann, tritt er aus der Masse aus.

Das bedeutet: Es gibt keine „lenkbare“ Masse an Käufern mehr, wenn deren Einkaufszettel individuell zusammengestellt wird. Es gibt keine „lenkbare“ Masse an Zuschauern für Werbebotschaften mehr, wenn Fernsehprogramme und Zeitungen individuell zusammengestellt werden. Diese individuellen, intelligenten, elektronischen Assistenten sind das sichtbare Ergebnis der Cloud.

Für zukunftsbewusste IT-Unternehmen ist die neue Welt der Cloud eine große Chance. Egal ob im B2C oder im B2B Markt, egal ob in Erkennungstechnologien, Analyse- oder Empfehlungssystemen ... überall verlangen intelligente, elektronische Assistenten nach einer Supernova der Ideen. Heutige (noch weitgehend unintelligente) Apps sind dabei die strategisch wichtigen Vorläufer.

Natürlich erfüllen sie noch nicht die nötigen Funktionalitäten der intelligenten Assistenzsysteme der Zukunft. Aber sie sind ein wichtiger Platzhalter. Denn wer heute den strategisch wichtigsten Platz für die Geschäftsmodelle der Zukunft besetzt hält, der verhindert, dass der Konkurrent sich dort einnisten kann. Der strategisch wichtigste Platz ist das Handydisplay.

Doch neben den Gewinnern gibt es auch Verlierer. Denn was tun Verkäufer, wenn der Kunde dank Barcodescanner und Amazon viel besser weiß, ob das Produkt zu ihm passt, wie es andere Kunden bewertet haben und ob es um die Ecke oder online billiger zu haben ist? Vom Experten zum Kassierer!

Was tun Lehrer, wenn ihre Schüler per Ebook immer mehr wissen, als das Ministerium vorschreibt? Vom Experten zum Vorleser!

Was tun Handwerker, wenn Häuslebauer sich keine Heizung für ihr Haus mehr empfehlen lassen, sondern den Handwerker beauftragen jene bestimmte Heizung XY einzubauen, die angeblich die beste sein soll ... sagt das Internet. Vom Experten zum Handwerker!

Was tun Touristenführer, wenn in der Reisegruppe immer einer ist, der per Handy mehr über die Geschichte von Häusern zu berichten weiß, als der Führer jemals auswendig lernen kann? Vom Experten zum Schirmwedler!

Was tun Makler, wenn dem Wohnungssuchenden die für ihn individuell passende Immobilie Wohnung beim Gang über die Straße automatisch in die Brille eingeblendet wird? Vom Experten zum Türaufschließer!

Wir werden in den kommenden Jahren eine Devaluation des Expertentums erleben, die große Teile unserer Wirtschaft radikal ändert und neue Märkte entstehen lässt. Denn all jene Experten, die heute unsere Welt prägen, müssen sich fragen lassen, ob ihre Expertise künftig nicht schneller und individueller durch eine Software angeboten werden kann?

Die beschriebenen, bisherigen Nicht-Cloud-Experten haben eine Chance: In fast jeder Branche wird ein Premium-Segment (klein, fein, teuer) entstehen, das nach der Logik funktioniert, dass seine Kunden bewusst ihren elektronischen Cloud-Assistenten nicht benutzen wollen! Aus welchen Gründen auch immer!

Diesen Markt wird es geben. Auch hier lassen sich gute Geschäfte machen. Doch lassen Sie sich nicht täuschen: Er ist klein. Nur wenige der heutigen Nicht-Cloud-Experten werden hier unterkommen.

### Cloud wird zum Geschäft des Vertrauens

Um die Erfolgsfaktoren für gute Geschäfte mit und in der Cloud zu verstehen, ist das Verständnis eines zweiten Regelbruchs der Cloud nötig: Die Frage, welchem Unternehmen der Kunde erlaubt, seine Daten zu verwalten, seine Recommendation-Systeme anzubieten und seine elektronischen Assistenten zu installieren, wird zur strategisch wichtigsten Marktmacht.

Die Antwort ist zugleich einfach und schwer. Sie lautet: Es wird jenes Unternehmen sein, dem der Kunde am meisten vertraut. So technisch und kühl und die Technologievisionen vielleicht vorkommen mögen ... der strategische entscheidende Punkt an dem sie zum Geschäftsmodell werden ist ein durchweg emotionaler: Wem vertraue ich?

Wichtig ist dabei, dass das grundsätzliche Misstrauen in Unternehmen und den Staat, so wie es vor 40 Jahren bei der Einführung unseres heutigen Datenschutzes noch vorherrschte, inzwischen weitgehend verschwunden ist. Die Angst der älteren Generationen vor einer Freigabe von Daten kommt noch aus einer Zeit, die in einer bipolaren Welt vor allem durch Angst geprägt war: Angst vor der Bedrohung durch den Ostblock, Angst vor dem Weltmachtanspruch der Amerikaner, Angst vor der Allmacht der Regierung und der Unternehmen. Wir erleben seit 20 Jahren, wie diese allgegenwärtige Angst allmählich verschwindet. Deshalb erleben jüngere aber auch ältere Menschen die Freigabe ihrer Daten inzwischen überwiegend als nützlich anstatt bedrohlich.

Deshalb hat Datenschutz für die Cloud eine zentrale Bedeutung, allerdings nach einer neuen Grundlogik: Der Datenschutz und die Cloud der Zukunft werden nicht mehr die Freigabe der Daten verhindern, sondern den Menschen eine Möglichkeit geben, ihre

Daten freizugeben und dennoch souverän über sie zu bleiben. Dies ist nicht so verwegend, wie es klingt. Souverän über die eigenen freigegebenen Daten zu bleiben ist eigentlich ganz einfach: Man muss sie jederzeit mit wenigen Klicks einsehen, verändern und löschen können.

## 5 Zukunftsregeln und 3 Standard-Buttons

Diese Grundlogik wird in der Zukunft der Cloud zum bestimmenden Faktor zwischen Erfolg und Misserfolg! Zukunftssichere Cloudanbieter werden insbesondere damit erfolgreich sein, dem Kunden einen selbstbestimmten Umgang mit seinen Daten zu ermöglichen, ohne IT-Experte sein zu müssen.

Und dies ist wesentlich konkreter, als die geschwafelten Versprechungen in manch einer Cloud-Diskussion. Denn aus Sicht des Trendforschers gibt es hierzu 5 konkrete Zukunftsregeln und 3 konkrete Buttons. Diese gehören zu jeder zukunftsicheren Cloud-Anwendung dazu. So schwer es Ihnen auch fallen wird!

Hier sind Sie:

**Regel 1:** Wir geben unserem Kunden die Möglichkeit, die über ihn gespeicherten, statischen Daten und die realtime gemessenen Bewegungsdaten jederzeit auf einfachste Weise einzusehen, zu verändern oder zu löschen. Wir bieten Services an, die dies einfach und bequem machen. Der „Delete-all-data“-Button gehört zu unserer Cloud selbstverständlich dazu.

**Regel 2:** Wir nutzen die gespeicherten, statischen Daten und die realtime gemessenen Bewegungsdaten der Kunden ausschließlich, um dem Kunden einen sofortigen Zusatznutzen zu geben. Wir sichern, dass der Kunde nicht ausschließlich bedürfnisorientierte Informationen bekommt. Wir respektieren sein Recht auf Überraschungen!

**Regel 3:** Wir informieren den Kunden proaktiv über Schlussfolgerungen, die unsere Prognostik- und Business Intelligence Systeme über seine Bedürfnisse

gezogen haben. Der Kunde hat jederzeit die Chance, diese Schlussfolgerungen zu korrigieren oder abzulehnen. Auch der „Reset-all-data“-Button ist für uns selbstverständlich.

**Regel 4:** Wir machen es unserem Kunden möglich, selbstbestimmt mit seinen Daten umzugehen. Dies bedeutet auch, dass er die Möglichkeit hat die Cloud zu wechseln. In diesem Fall geben wir ihm die Möglichkeit, seine Daten in nutzbarer Form mitzunehmen. Der dritte wesentliche Button in unserer Cloud ist der „Download-all-data“-Button.

**Regel 5:** Wir verkaufen die gespeicherten, statischen Daten und die realtime gemessenen Bewegungsdaten der Kunden nicht. Vielmehr stellen wir alle Daten dem Kunden jederzeit zur Verfügung, damit er diese, seine Daten auch bei anderen Anbietern nutzen kann.

Insbesondere dieser letzte Punkt wird nicht einfach sein. Denn diese Offenheit einer Cloud gegenüber anderen Cloudsystemen mag zeitweise gegen das strategische Interesse des Cloudanbieters gehen. Wir werden aus diesem Grund sowohl stark geschlossene als auch offene Cloudkonzepte sehen. Vermutlich haben beide ihre Berechtigung und ihre Zielgruppen.

Unter jenen Anbietern, die sich einen offenen Zugang auf die Fahnen schreiben, wird es also darauf ankommen neue Standards und Schnittstellen zu entwickeln, über die ein Austausch der Daten zwischen den Clouds möglich wird. Diesen Austausch-Standard braucht es nicht nur für bisherige, statische Daten sondern auch für realtime gemessene Bewegungsdaten sowie die gezogenen Schlussfolgerungen der Prognostik- und Business Intelligence Systeme.