

crossmind inc.

Waldeggstrasse 37

CH-3097 Bern-Liebefeld

contact@crossmind.ch

www.crossmind.ch

Bern-Liebefeld, 24. März 2016

crossmind an den xdays: Strategien und Erfolg im digitalen Wandel

Die beeindruckende Location, das angenehme Wetter und die internationalen Redner deuteten bereits im Voraus auf zwei spannende und schöne Tage hin. crossmind war an den xdays dabei und trat aktiv in den Austausch mit Teilnehmern, Partner und Rednern. Die Thematik und das angestrebte Zielpublikum zeigt, dass die Digitale Transformation langsam aber sicher jede Branche und Firma durchdringt und es nur noch eine Frage der Zeit ist, bis man partizipiert oder verliert. Mit der Aussage: «Im digitalen Zeitalter frisst nicht mehr der Grosse den Kleinen, sondern der Schnelle den Langsamen» trifft Swisscom den Nagel auf den Kopf.



In einer ersten Welle der digitalen Transformationen wurde die Musikindustrie komplett auf den Kopf gestellt und auch den Telekommunikationsunternehmen erging es nicht besser. Mit diesen gigantischen Umbrüchen vor Augen müssen sich alle Unternehmen bewusst sein, dass diese digitale Welle weiterzieht und jede Branche erreichen wird – die Frage ist nur noch «wann». Um aktiv diesem «wann» entgegen zu treten, werden zur Inspiration folgend wichtige und unkonventionelle Erkenntnisse der xdays erläutert:

Die S-Kurve von Technologieunternehmen

Die S-Kurve der Technik – aktuell ist es wieder an der Zeit grosses zu vollbringen!

Alle fünf bis neun Jahre gibt es eine Verlangsamung der technologischen Entwicklung und dies geht meist mit einer Stagnation der Wirtschaft einher. In dieser Phase, welche bis zu zwei Jahre dauert, werden dann oftmals die grossen Player die nächsten Jahre geboren. Blickt man circa acht Jahre zurück zeigt sich schnell, dass die USA, wie auch der Rest der Welt, mit vielen wirtschaftlichen Themen zu kämpfen hatte und trotzdem Firmen wie UBER, AirBnB oder Dropbox gegründet wurden. Diese Firmen stellen/stellten die Märkte auf den Kopf und besitzen jeweils bedeutende Marktanteile – weltweit und ohne eine Vielzahl von Anlagen wohlgermerkt. Geht man wiederum circa acht Jahre zurück, entdeckt man auch da eine Phase der Verlangsamung und einigen interessanten Gründungen. Gemäss Phil Libin, dem Co-Gründer und Executive Chairman von Evernote, befinden wir uns seit einigen Monaten in einer solchen Phase der Verlangsamung und er sei gespannt, was die Zukunft bringt. Eine solche Phase birgt immer grosse Risiken für Bestehendes und zugleich grosse Freiheiten für Neues.

Stichwörter: S-Kurven-Konzept, Geburtsstunde von Internetriesen

Kognitive Ergonomie

Für das Suchen von Personen in einem alphabetischen Adressbuch bezahlt jeder Mensch «Mind-Taxes». Das Hirn funktioniert weder nach alphabetischen noch nach bis dato anderen durch Menschen kreierte Muster. Das Hirn wurde nur darauf trainiert diesen Mustern zu folgen. Bei jeder Überlegung, welche der Menschheit jedoch aufgezwungen wurde, macht diese einen gedanklichen Umweg und bezahlt so «Mind-Taxes». Dies soll sich mit der kommenden kognitiven Ergonomie ändern. Phil Libin brachte als Beispiel das bereits bestehende Gadget von Amazon. Für die Bedienung von Alexa (digitaler Assistent von Amazon Echo) braucht man sich keine Gedanken zu machen. Man spricht, fragt und nimmt die Anwesenheit (die Dienste) eher unbewusst auf und kann sich auf anderes konzentrieren, wie z.B. in der Erzählung von Phil Libin auf das Abwaschen von Geschirr. In diese Richtung wird und soll sich die Produktgestaltung entwickeln. Weg von der industriellen Ergonomie hin zur kognitiven Ergonomie. **Stichwörter:** Kognitive Ergonomie, Ingenieurspsychologie, Amazon Echo, Produktgestaltung

Adaption

Über das Thema der Entwicklung und Adaption sprachen die Herren Bouquet (IMD) und Linkner (Entrepreneur). Cyril Bouquet prophezeit nur für diejenigen Unternehmen eine Überlebenschance, welche sich in diesem schnelllebigen Markt ständig neu erfinden. In diese Richtung geht es auch bei Josh Linkner. Nur wer adaptiert, sich stets den Herausforderungen stellt und sich den Veränderungen anpasst, hat eine Chance auf Erfolg. Und um mit diesem Weg zum Erfolg zu kommen, müssen bestehende Konventionen über den Haufen geworfen und die Ressourcen unkonventionell eingesetzt werden. Als Beispiel wurde dabei der etwas andere Whiskey von Tom Lix genannt (Cleveland Whiskey). Nur weil etwas ist wie es ist, heisst es nicht, dass es ewig so bleibt. Tom Lix machte aus der Not eine Tugend und kam mit seinem Motto «Radically Different» zum Erfolg. Er stellte die Whiskey-Herstellung auf den Kopf indem er den Whiskey nicht mehr in Holzfässern, sondern einfach das gewünschte Holz im Whiskey lagert. Das Resultat ist ähnlich und definitiv trinkbar aber die Herstellung hat sich von 10 Jahren auf 1 Woche reduziert. **Stichwörter:** Adaption, Judo-Flip, disruptive Technologie, Radically Different

Ideen Recycling

Mit GetYourGuide landeten Pascal Mathis und seine Kollegen von der ETH einen Volltreffer. Mit ihrer Plattform verbinden sie Reisende mit lokalen Veranstaltern und deren Angebote. Reisende sind begeistert und die lokalen Unternehmen profitieren von einem neuen und modernen Kanal. Und trotz diesem Erfolg war die Grundidee eigentlich eine andere. Mathis und seine Kollegen entwickelten ursprünglich eine Webseite, welche als Austauschplattform für Reisende und «Locals» dienen sollte. Das Konzept war ähnlich und doch fand der erste Ansatz nur eine sehr geringe Resonanz. Nur per Zufall und nach einer Anfrage von einem Reiseunternehmen entwickelten die jungen Entrepreneur ihre Idee weiter. Sie recycelten die bestehende Plattform und passten diese an die neuen Bedürfnisse an. Die Idee einer Austauschplattform blieb technisch bestehen jedoch die Art des Austausches und der involvierten Parteien änderte sich. Pascal Mathis und seine Co-Gründer zogen eine wichtige Lesson Learned daraus. Unabhängig voneinander waren die Ideen und die Technologien

erfolgsversprechend. Aber nur, weil eine Idee nicht funktioniert, soll man die Technologie oder die Methodik nicht verwerfen sondern auf andere Felder anwenden! **Stichwörter:** Abstraktion, Methode, Recycling

Guerilla Marketing

Provokation! Sich die Eigenschaften des Internet 2.0 zu nutzen machen und potenzielle Kunden die Arbeit für sich machen lassen. Guerilla Marketing at his best:

- DHL, lässt durch die Konkurrenz Werbung machen:
<https://www.youtube.com/watch?v=wlGvkc4oRbY>
- TNT, versetzt ein Dorf in Belgien in Staunen und Entsetzen und erreicht dabei die ganze Welt:
<https://www.youtube.com/watch?v=316AzLYfAzw>
- QoQa, lockt und lockt und gewinnt dabei Kunden. Ein Tesla für 50% ist dabei nur ein Beispiel.

Muss Marketing teuer sein? Nein, nutzen sie alle Ressourcen und folgen sie nicht nur den «gegebenen» Rahmenbedingungen der Branche. **Stichwörter:** Guerilla Marketing, virale Verbreitung, Internet 2.0

Meat-Puppet

Ben Hammersley provoziert mit der Aussage, dass sehr viele Menschen nur noch «Meat-Puppets» sind. Und dabei spricht er nicht von Arbeiten wie in der Logistik oder am Fließband. Gemäss Hammersley sind auch CFOs Meat-Puppets, welche nur auf die Wachablösung warten. Alles was delegiert oder in einem Ablaufdiagramm aufgezeichnet werden kann, ist schlicht und einfach ersetzbar. Und dazu gehören nun mal auch die Aufgaben eines CFOs, wenn dies auch ein wenig komplizierter wird. Aufgrund dieser wenig rosigen Zukunft von delegierbaren Arbeiten drängt Hammersley auf die Bildung. Kunst und Kreativität müssen gefördert und die bestehenden MINT-Fächer mit A (Arts) ergänzt werden. Maschinen können viel, aber Gefühle und Intuitionen haben sie nicht und diesen Vorteil müssen die Menschen nutzen. Hin zur menschlichen Kreativität mit dem Ziel alles so zu machen, als wäre es das einfachste der Welt – Sprezzatura.

Stichwörter: Künstliche Intelligenz, Roboter, menschliche Fähigkeiten, Kunst und Kreativität, MINT

Diese Erkenntnisse und teilweise auch abstrakten Gedanken sollten Sie einmal auf sich wirken lassen und auf ihr Vorhaben der „digitale Transformation“ anwenden. Fragen Sie uns, wir helfen Ihnen gerne.

→ Die digitale Transformation ist im Wesentlichen eine mentale Transformation!

crossmind begleitet Sie auf dem Weg in die Zukunft

Wir verschaffen Ihnen Zugang zu neuem Business. Wir bringen Sie dort weiter, wo Sie mit Ihrem heutigen Geschäftsmodell und Ihren Geschäftsprozessen an Grenzen stossen. Mit Querdenken, Simplifizierung, Adaption, Revolution und viel persönlichem Herzblut unterstützen wir Sie bei der Um- und Neugestaltung Ihres Geschäftsmodells. Der ganzheitliche Entwicklungsprozess von crossmind wird ergänzt durch unsere Kompetenzen, Unternehmertum, Freigeist und branchenübergreifender Erfahrung. – *simplify your business*



Quellen: www.nzz-xdays.com, www.amazon.de, clevelandwhiskey.com, www.getyourguide.ch