

Technologie

„Spezialistentum macht zukunftsblind“

Angesagte Trends schießen oft über die Bedürfnisse der Kunden hinaus. Blanke Technik ist zu wenig.

Klaus Lackner

Vorhergesagte Entwicklungen im Telekom- und IT-Bereich finden statt. Oder sie finden eben auch nicht statt. Vom papierlosen Büro spricht keiner mehr. Kühlschränke, welche die Milch selbstständig über das Internet nachbestellen, haben heimische Küchen noch nie von innen gesehen. Die dritte Mobilfunktechnologie UMTS wird wegen der hohen Investitionen von den Betreibern durchgepeitscht. Hat die Glaskugel der Prognostiker versagt, sind Forscher und Entwickler schuld oder die Konsumenten schlichtweg noch nicht reif für die Produkte? „Von allem trifft ein wenig zu“, erklärte der österreichische Zukunftsforscher Andreas Reiter anlässlich einer Podiumsdiskussion der APA-E-Business Community. „Die Liste der Technologieprognosen ist so lang wie ihr Scheitern. Der Robotik-Freak Hans Moravec freut sich seit Jahrzehnten, dass die Roboter die Menschen beerben, er freut sich vergeblich. Sein Kollege, der IT-Vordenker Ray Kurzweil, prognostizierte das Zeitalter der Avatare, aber auch er wird noch etwas länger auf sie warten müssen.“ Entscheidend sei die richtige Mischung aus Vertrautem und Überraschendem, damit Technologie nicht an den Bedürfnissen der Menschen vorbeigeht. „Junge Leute wollen eher Erlebnisse, ältere eher einfache und bequeme Bedienung. Wenn wir diesem Anspruch nicht gerecht werden, droht das Scheitern“, glaubt Reiter.

Offenes Ohr für Kundenwünsche

Insbesondere technologiegetriebene Unternehmen würden nur dann Erfolg auf den Märkten haben, wenn sie die zentralen Werte der Konsumenten erkennen und in Produkte beziehungsweise Dienstleistungen übersetzen. Beschleunigte Produktzyklen und die Potenzierung der Funktionen werden hingegen von vielen Menschen als Belastung empfunden. „Konsumenten jenseits der Pubertät suchen in der Regel Orientierung und einfache Bedienung“, sagt Zukunftsforscher Reiter. Prototypen würden zwar an den internationalen Hot Spots von Tokio bis Shanghai getestet. „Was in Südkorea oder Japan als hip gilt, muss aber noch lange nicht von Konsumenten in Europa angenommen werden“, erklärt Reiter.

„Die Technologie wurde zu sehr in den Vordergrund gestellt. Was der Kunde damit anfangen soll, blieb unklar. Inzwischen hat aber ein Umdenken stattgefunden“, sieht Dietmar Pörtl von T-Mobile eine Trendwende. Schon vor dem Platzen der Internet-Blase habe der Hype um die dritte Mobilfunkgeneration UMTS eingesetzt. „Zu einer Zeit, als viel Geld im Umlauf war. Vielleicht war es zu viel“, glaubt Pörtl. Inzwischen sei der Nutzen von UMTS aber angekommen, wie der Trend zu mobilem Internet zeige. „Und irgendwann werden auch physische Beeinträchtigungen, wie zu kleine Displays, wegfallen“, wagt der Manager selbst eine Prognose.

Die positive Funktion der Übertreibung strich Harald Leitenmüller von Microsoft Österreich hervor: „Wir nutzen den Hype als Kommunikationsmuster, teilen damit unsere Begeisterung und bilden uns dadurch ein Urteil. Der Effekt der Übertreibung dient dazu, Aufmerksamkeit zu erlangen, wobei die Medien die Plattform – also die moderne Bühne – darstellen.“

Die Veröffentlichung von Prognosen sei zwar mit einem gewissen Risiko verbunden, dennoch müssten die strategischen Ziele kommuniziert werden. „Modernes Marketing kennt diese Mechanismen und bedient sich dieser auch. Dies geschieht bewusst oder unbewusst“, weiß Microsoft Manager Leitenmüller. „Die Erfahrungen zeigen, dass Prognosen von Experten häufiger falsch sind als

die von Nicht-Experten. Spezialistentum macht zukunftsblind“, ist Wolfgang Leindecker von Nextira One überzeugt. Technologie könne aber die Distanz zwischen Menschen verringern.

Der größte Luxus der Zukunft werden nach Meinung von Zukunftsforscher Reiter jedoch Dateninseln sein – „wo wir uns einfach ausklinken können“. Fernab aller Technik. Ob Flop oder Top.

**ONE
BUSINESS**
HOTLINE
0800 699 999



NEU BEI ONE:

MOBILE OUTLOOK

MIT PUSH E-MAIL.



SCHON AB €

9,83

PRO MONAT/EXKL. UST
INKL. 30 MB DATENPAKET

**PUSH
E-MAIL**



QTEK 9100

MICROSOFT® WINDOWS MOBILE™ 5
MIT POCKET PC OBERFLÄCHE

€ 125,-*

EXKL. UST

* Bei Anmeldung zu einem Business-Tarif. 24 Monate Kündigungsverzicht/
18 Monate Kündigungsverzicht
Datenpaket.

YOU'VE GOT MAIL!

Wo immer Sie gerade sind: Mit **MOBILE OUTLOOK** nutzen Sie unterwegs und im Büro alle Vorteile von Microsoft Outlook ohne eigenen Exchange Server. Mit höchsten Sicherheitsstandards, maßgeschneiderter Funktionalität und optimaler Kosteneffizienz.

GUTE GESCHÄFTE BRAUCHEN GUTE VERBINDUNGEN.

euonet
communication guaranteed

Microsoft

MOBILE OUTLOOK IST IN ALLEN ONE WORLDS VERFÜGBAR.

DIE PERFEKTE LÖSUNG FÜR KLEINE UNTERNEHMEN.

Nehmen Sie Ihr Büro einfach mit und genießen Sie mit ONE volle Mobilität:

- E-Mails automatisch empfangen (Push E-Mail)
- Kontakte abrufen
- Kalender bearbeiten