

Liebe Leserin, lieber Leser,

Die künstliche Intelligenz wird zum Schlüsselfaktor: Wenn Facebook eben erst ein Team nur für künstliche Intelligenz eingerichtet und Google vor Kurzem die Firma DeepMind gekauft hat, wird deutlich, dass wir auf dem Weg in eine neue Welt sind. Unternehmen wie Palantir in den USA oder Teramark in Deutschland programmieren Algorithmen. Diese liefern in den Suchmaschinen die Ergebnisse, erahnen aber auch unsere „geheimen“ Wünsche längst bevor sie uns bewusst sind. Dazu durchwühlen sie riesige Datenmengen. Sie beobachten generell Suchvorgänge, Käufe, Buchungen, persönliche Statements und vieles mehr. Und sie ziehen daraus Schlüsse, die sowohl Konsumenten als auch Produzenten Handlungshinweise geben. Schon heute gelten Unternehmen als nicht mehr zukunftsfähig, wenn sie in ihren Geschäftsprozessen keine Algorithmen einsetzen. Bereits jetzt können Maschinen mit Maschinen kommunizieren, selbständig Entscheidungen treffen und sogar „handeln“. Es ist nur noch ein kleiner Schritt bis die Maschinen auch eigene Handlungsideen entwickeln werden. Wenn so die Menschenwelt zur Maschinenwelt wird, stellt sich die Frage, ob das noch unsere Welt ist. Wir werden uns behaupten müssen. (S. 6 und 19 ff)



Dr. Peter Braun (Herausgeber)



Keine Angst vor Komplexität: Im Gegenteil. Obwohl nahezu alles komplexer und meist dann auch komplizierter wird, fällt es vielen Unternehmen nicht schwer, damit zu leben und sogar Vorteile zu erzielen. „Wer die differenzierten Mobilitätsbedürfnisse in aller Welt erfüllen will, der muss die Modellvielfalt weiter vorantreiben,“ sagte kürzlich VW-Chef Prof. Dr. Martin Winterkorn auf dem Münchner Management Kolloquium. Seinem Konzept „Mehr Vielfalt bei weniger Komplexität“ liegt der „Modulare Baukasten“ zu Grunde. Bis 2016 basiert die Hälfte der Fahrzeuge des VW-Konzerns auf einem der fünf Baukästen, bis 2018 sogar 75 Prozent. Der Clou: Der Konzern steuert – etwas

vereinfacht – den Baukasten und die Marken (VW, Audi etc.) verantworten ihre eigene Entwicklung, ihre Produktion und ihren Vertrieb. Damit wird die Modularisierung zur Antwort auf Komplexität. Ein Konzept, das auch andere Branchen für sich nutzen können. (S.4 ff)

Ganzheitliche Innovation: Innovation ist mehr als Brainstorming und mehr als Veränderungsmanagement, sagen die Autoren des Beratungshauses Dr. Wieselhuber & Partner im Net-Book. Sie zeigen, wie sowohl die eher traditionelle Inside-out-Perspektive zum Ergebnis führt als auch wie die Outside-in-Perspektive zum Innovationstreiber wird. In Stichworten: Trend- und Technologie-Szenarien, Open Innovation, Innovations-Benchmarking, neue Bedarfe und Segmente. (S. 34 und Kap. 8.6.5 im Net-Book)

Zukunftsbezogenes Talentmanagement: Der Wettbewerb um die besten Mitarbeiter hat längst begonnen. Er wird heute schon vielfach als „War for Talents“ bezeichnet, was sicher etwas übertrieben ist. Bewerber interessieren sich nicht nur für die Produkte, sondern auch für die Attraktivität der potenziellen Arbeitgeber. Dazu zählen vor allem die Werte, die das Unternehmen prägen, aber auch die faire und offene Art, mit der es intern und extern kommuniziert. (Kap.3.4.5 im Net-Book)