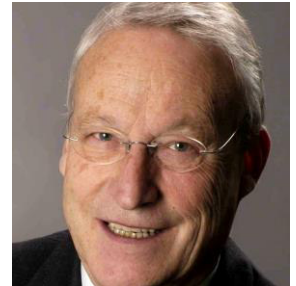


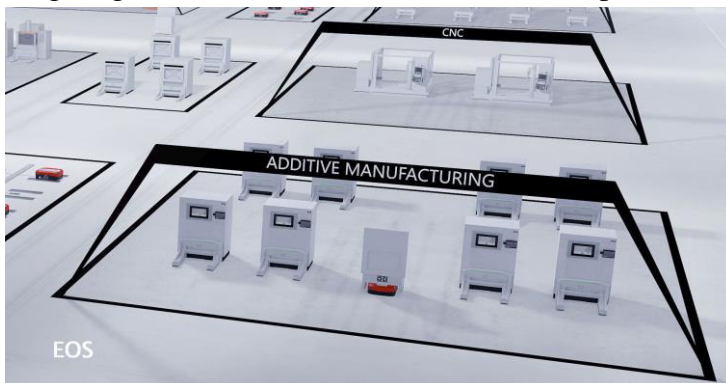
Liebe Leserin, lieber Leser,

Die Zukunft der vernetzten Welt gestalten: Eine Wahnsinnsaufgabe angesichts der Probleme auf unserem Planeten. Bewunderungswert, wie die Merkel-Regierung das G 20 Treffen am 7./8. Juli vorbereitet. Damit in Hamburg trotz der Unsicherheiten aus den USA fundierte Entscheidungen fallen können, wird in weltweiten fachlich ausgerichteten Ministerunden (Wirtschaft/Finanzen/Digital/Gesundheit) vorgearbeitet. Das vorläufige Programm liest sich wie die Regierungserklärung einer Weltregierung (S. 13). Es geht zwar weiter um Digitalisierung, primär aber um die reale Welt. Auch Markus Braun, Head of Business Unit Reports bei YouGov® bestätigt: „Das Internet als eigener Mikrokosmos stirbt, die Online- und die Offline-Welt wachsen immer enger zusammen, die Grenzen verschwimmen. Denn durch die Digitalisierung verändert sich die gesamte Lebenswirklichkeit der Konsumenten und damit nicht nur die Kommunikation, sondern auch der Bedarf der potenziellen Kunden.“ Insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen hinken diesbezüglich mit ihren Strategien weit zurück. Höchste Zeit, dass bei Innovationsprozessen im Mittelstand diese Oversight-in Perspektive von Prof. Dr. Gerhard Hube stärker berücksichtigt wird (S. 9).



Dr. Peter Braun (Herausgeber)

Future Marketers vor großen Aufgaben: Die Vernetzung der Lebensräume erfordert, nach Gernot Joswig von ITConcepts, möglichst vielen Menschen einen problemlosen und dennoch sicheren Zugang zu Produkten und Leistungen mit Identity und Access Management zu ermöglichen. Viel zu viele Unternehmen machen es ihren (potenziellen) Kunden immer noch viel zu schwer (S. 3). In diesem Zusammenhang zeigt Melanie Ruf von der 12Auto Group, dass es heute darauf ankommt, alle digitalen und analogen Medien abgestimmt zu nutzen, um Absatzserfolge zu erzielen (S. 23). Und Jörg Hoewner von der K12 Agentur verknüpft in der PR-Arbeit Predictive Analytics zu einem „Automated Data Storytelling“ (S. 20).



„Automated Data Storytelling“ (S. 20).

Geschäftsmodelle mit Zukunft: Die Additive Fertigung hat mit dem 3D Druck Produktionsprozesse auf den Kopf gestellt. Weltmarktführer EOS hat Pionierarbeit geleistet, erwartet aber weitere signifikante Evolutions-

sprünge für die nächsten Jahre (S. 30). Schwieriger sieht es im Bereich der Mobilität und des Konsums aus. Der Taxidienst Uber holt Arianne Huffington zu Hilfe und die Startups „Gegessen wird immer“ sowie der Radtourplaner „Komoot“ müssen sich gegen die Lebensmittel- bzw. Touristikriesen behaupten (S. 33). Auch der Kreditmarkt kann sich verändern, wenn Kreditfonds weiter um sich greifen (S. 32).

Zufälle managen: Sieht man sich die großen Erfindungen oder sensationelle Erfolgsprodukte an, so spielen Zufall und auch Glück eine nicht unwesentliche Rolle. Beispiele gibt es genug: Edison, Röntgen, Zuse. Warum also nicht die Wahrscheinlichkeit, etwas Neues zu entdecken nach Plan steigern? Dafür gibt es vielfältige Möglichkeiten (S. 44). Komplementär kann dabei ein erhöhtes Aufmerksamkeitsmanagement hilfreich sein (S. 38). Wenn Elon Musk mit seinem neuen Unternehmen Neuralink das Smartphone direkt mit dem Gehirn verbinden will, um es später mal dort einzupflanzen, kann dann der Zufall helfen?

Trends

Wirtschaft/Unternehmen **Seite 3**

Identity und Access Management werden zum Türöffner für zukünftiges Geschäft (Gernot Joswig, ITConcepts) – Strategisches Innovationsmanagement für kleine und mittlere Unternehmen/Erfolgsfaktor Teambildung (Prof. Dr. Gerhard Hube/Fabian Engelhardt M.A.) – Digitalisierung: Online und Offline verschmelzen (Markus Braun, YouGov®)

Politik/Finanzen/Gesellschaft **Seite 13**

Eine vernetzte Welt gestalten - das G20 Projekt, gut vorbereitet, aber von Trump gefährdet – Das Bitcoin-Chaos: Milliarden verschwinden und was bedeutet dies für die Zukunft der Blockchain-Technologie – Zukunftsszenarien in Gesellschaftsromanen

Technologie/Medien/Marketing **Seite 20**

Datengetriebene PR: Von der „Influencer Detection“ zum „Automated Data Storytelling“ (Jörg Hoewner, K12 Agentur) – Raus aus den SEO, SEA und Social Silos: Verknüpfung der Disziplinen (Melanie Ruf, 12Auto Group) – Mit Marketing Automation Kunden gewinnen, an sich binden und das Geschäftspotenzial ausschöpfen

Branchen/Märkte/Geschäftsmodelle **Seite 30**

Industrieller 3D Druck prägt die Fabrik der Zukunft (EOS) – Gefährden Kreditfonds das Geschäftsmodell der Banken? – Startup-Report 1: Arianne Huffington vom Medien Star zur Wellness Päpstin und nun zur Mobility Ikone? – Startup-Report 2: „Gegessen wird immer“ – Startup-Report 3: „Komoot“ startet profitabel in die Ausflugssaison

Zukunftsmanagement

Wege in die Zukunft **Seite 38**

Mit Zufallsmanagement die Erfolgchancen verbessern – Mindfulness ist die Basis für erhöhte Leistungsfähigkeit

Wissensmanagement **Seite 41**

Das Smartphone will in unsere Köpfe: Elon Musks neues Arbeitsfeld – Revolution in Aus- und Weiterbildung bekommt Aufwind

Trends

“Die vernetzte Welt gestalten: Online und Offline verschmelzen.“



Wirtschaft/Unternehmen

Identity und Access Management werden zum Türöffner für zukünftiges Geschäft

Von Gernot Joswig, ITConcepts Automotive GmbH, Wolfsburg

Digitale Mehrwertdienste und die digitale Vernetzung von Personen, Produkten und Dingen sind aus mehreren Gründen aus unternehmerischer Sicht wichtige Wachstumstreiber:

- Der digitale Fortschritt ist erkennbar im Konsumverhalten und im privaten Leben angekommen und wird sich weiter in Richtung einer disruptiven Integration und Interaktion entwickeln.

**Mehrwertdienste
und digitale
Vernetzung
schreiten fort**