



„Gut genug ist gut genug“

INTERVIEW ZUKUNFT – Mit der Digitalisierung steht unsere Wirtschaft vor einem Umbruch. Auch Geschäftsreisen und MICE werden sich wandeln. BizTravel sprach mit Mathias Haas, der fünf Wochen lang im Silicon Valley war.

TEXT: OLIVER GRAUE



FÜNF WOCHEN lang weilte Mathias Haas im Silicon Valley.

Was hat Sie ins Silicon Valley getrieben?

Die Reise war eine meiner Trendtouren. Bereits vor drei Jahren war ich fünf Wochen lang in Asien gewesen, und 2017 geht es nach Afrika, wo ich die Länder Ghana, Kenia, Ruanda, Botswana und Namibia besuchen werde. Immer mit dem Ziel, Trends aufzuspüren und herauszufinden, wie die Menschen vor Ort mit Veränderungen umgehen. Diese Erkenntnisse sollen deutschen Unternehmen helfen, sich auf Umwälzungen frühzeitig vorzubereiten. Aber auch Travel Manager beispielsweise können erfahren, wie sie ihre Reisekonzepte und Richtlinien möglicherweise anpassen sollten.

Sie schauen sich in den Regionen um ...

... und ich führe Interviews mit den Menschen. Im Silicon Valley waren es 25 Gespräche, und am Ende hatte ich 23 Uber-Quittungen. So sehr wir hier in Deutschland noch darüber diskutieren: Dort ist Sharing Economy Alltag auch bei Geschäftsterminen. „Nur noch Touristen fahren Taxi“, sagen die Bewohner.

In Europa sind da die meisten Unternehmen und Travel Manager deutlich skeptischer. Müssen wir denn alles nachmachen, was aus den USA kommt?

Natürlich nicht, aber wir müssen uns damit beschäftigen, um entsprechend reagieren zu können. Denn das, was aus dem Silicon Valley in Kalifornien kommt, stellt eine gewaltige Bedro-



GASSI GEHEN online buchen.



DIESER KOFFER folgt von selbst.

hung für uns und unsere Art des Wirtschaftens dar. Die Menschen dort haben das feste Ziel, mit ihren Ideen weltweit die Nummer eins zu werden – durchaus idealistisch. Sie wollen die Welt verändern, uns überholen und am Ende, ganz brutal ausgedrückt, die klassische Ökonomie, von der wir hierzulande leben, zerstören. Und natürlich, das ist klar, wollen sie mit ihrem Tun auch viel Geld verdienen.

Wie kommen Sie zu dieser Gewissheit?

Es sind fünf Dinge, die das Geschehen im Silicon Valley prägen: Erstens ist die Geschwindigkeit, mit der dort entwickelt wird, enorm hoch. Zweitens wollen die Gründer mit aller Kraft Bestehendes verändern; drittens legen sie dabei ihr gesamtes Augenmerk auf Technologie – bei nicht-technischen Fragen sind sie zugegebenermaßen ratlos. Viertens ist es ihr Ziel, bisherige



Die Frage ist, ob Verbote auf Dauer helfen. Weltweit sind Verbraucher bequem, und sie wollen sparen – damit steigt der Druck auf Regierungen, sich neuen Konzepten zu öffnen.

Auch anderswo geht die Taxi-Branche rechtlich gegen Uber & Co vor!

Taxifahrer kämpfen gegen ein Unternehmen, das mit 50 Milliarden Euro bewertet ist und damit eine riesige wirtschaftliche Macht darstellt. Wie das endet, dürfte jedem klar sein. Erfolgversprechender wäre es doch, wenn die Taxifahrer ihr eigenes Produkt verbessern und attraktiver machen würden. Ich fuhr kürzlich in einem Taxi mit Gratis-Minibar und einem extrem hilfsbereiten Fahrer – jederzeit wieder!

Was können wir denn tun, um dem Silicon Valley Paroli zu bieten?

Klar ist: Kopieren bringt nichts. Zumal wir in Deutschland die Ekstase, mit der die Menschen dort vorgehen, gar nicht aufbringen. Auch ist die deutsche Bevölkerung vergleichsweise alt und damit eher risikoscheu. Schließlich kommt hinzu, dass es uns wirtschaftlich sehr gut geht und wir daher gar keinen Bedarf sehen, an unserer Art des Wirtschaftens etwas zu ändern. Doch leider kann sich das schnell ändern.

Also was tun?

Wir müssen uns zunächst vom Gedanken verabschieden, immer nur das Beste und immer nur völlig Ausgereiftes anzubieten, Alpha-Ware also. Die Zeit dazu haben wir heute nicht mehr. Das Silicon Valley betreibt ein sogenanntes Beta-Business, das heißt, es wirft Produktideen sofort auf den Markt und verbessert sie dann erst schrittweise. Diese Produkte sind sozusagen niemals fertig. Unser Grundsatz künftig sollte daher lauten: Gut genug ist gut genug. Und mit Bezug aufs Travel Management bedeutet Beta-Business, dass es auch keine Alpha-Tiere mehr gibt, die vorn im Flugzeug Platz nehmen, während die Mitarbeiter in die Holzklasse gehen.

Sollten Firmen denn Sharing Economy auch für Geschäftsreisen erlauben?

Es geht nicht nur um Sharing Economy, es geht um alle Formen der Digitalisierung. Ja, ich finde, vor allem Manager müssten mal Airbnb statt Hotel oder Uber statt Taxi nutzen, einfach, um dies zu erleben und ein Umdenken anzugehen.

Was müssen Anbieter wie Hotels tun?

Die Digitalisierung erhöht massiv den Druck auf sie. Anmelden und einchecken per App statt der lästigen Meldezettel an der Rezeption, das Buchen des Wunschzimmers, Co-Working-Spaces, digitales Auschecken und Abrechnen – all dies wird kommen, die Branche darf es nur nicht verschlafen. Auch spricht alle Welt von Smart Data: Hotels könnten mit Gästedaten sehr viel mehr machen, als sie es heute tun, etwa im Rahmen von Kooperationen mit Outlet-Centern, die von Chinesen so geliebt werden.

Aber reisen wir dann nicht sowieso nur noch digital, also virtuell?

Nein, echte Geschäftsreisen wird es weiterhin geben, weil man sich vieles einfach vor Ort anschauen muss. Auch wenn mir manches als sehr skurril erscheint, etwa die Tatsache, dass gestandene deutsche Verleger in die Vereinigten Staaten reisen, um sich die realen Shops des Online-Händlers Amazon anzuschauen. Einen Schock wird die virtuelle Entwicklung wohl eher für die MICE-Branche darstellen.

Wieso?

Zunehmend werden digitale Events – also die sogenannte Virtual Reality – die echten Veranstaltungen ablösen. Fahrtrainings und Produktpräsentationen im Automobilsektor beispielsweise sind heute auch virtuell machbar, und die ersten Konzerne nutzen das bereits. Für Event-Agenturen, die Automobil-Groß-Events organisieren, kann das existenzgefährdend sein. Es kann aber auch eine Chance sein, wenn sie sich die Virtual Reality zu eigen machen und sie selbst anbieten. >|



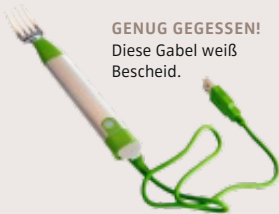
FAHREN OHNE FAHRER: autonomes Auto

Prozesse zu stören, und fünftens stehen ihnen dafür gigantische Geldsummen zur Verfügung. Weltweit stecken Investoren derzeit hohe Milliardenbeträge ins Valley. Zusammengenommen ergibt dies die bedrohliche Mischung.

Das ist das eine – aber Recht und Gesetz sind das andere. Über etwa wurde in Deutschland verboten, da es rechtswidrig agierte.

Trendbeobachter

- Er selbst bezeichnet sich als „der Trendbeobachter“, und sein
- Motto lautet: „Es macht mehr Spaß zu verändern, als verändert zu werden.“ Der Stuttgarter
- MATHIAS HAAS erklärt Unternehmen die Zukunft, damit diese
- frühzeitig Weichen stellen können. Über seine fünfwöchige
- Reise ins Silicon Valley berichtet er im Buch „Beta-Business“,
- (Midas Management Verlag, 24,90 Euro).



GENUG GEGESSEN!
Diese Gabel weiß Bescheid.



Was sich im Business Travel ändern wird:
go.biztravel.de/btzukunft