

Erfahrungsbericht und Trends der SXSW 2019 SMP vor Ort dabei

Marcel Vandieken, Partner bei SMP Strategy Consulting, hat auf der diesjährigen South by Southwest (SXSW) in Austin, Texas den neusten digitalen Trends nachgespürt. Im Interview mit Claudia Böhnert – Geschäftsführerin der COURAGE Strategieberatung für Marketing / Kommunikation – berichtet er über seine Erfahrungen, die neusten Entwicklungen zu künstlicher Intelligenz, E-Scootern und Datenschutz und darüber, ob sich die Reise in die Staaten für ihn gelohnt hat.

CB: Marcel, Du bist jetzt seit einer Woche auf der South by South West. Was hat Dich bewogen herzukommen?

Marcel Vandieken: Gemeinsam mit einem ehemaligen Kollegen und guten Freund hatte ich den SXSW-Besuch bereits mehrfach ins Auge gefasst, musste ihn dann aber immer wieder kurz vorher absagen, weil wichtige Projektthemen meine Anwesenheit erforderten. Für 2019 habe ich mir fest vorgenommen neue Ideen und Impulse noch besser mit dem operativen Tagesgeschäft zu verbinden.

Mit Erfolg. Was sind Deine ersten Eindrücke?

Die Größe des Events ist anfangs nicht zu erfassen: Über 400.000 Besucher aus 100 Ländern treffen in 2.000 Sessions auf knapp 5.000 Speaker. Da verliert man schnell die Orientierung und die ist wichtig, denn teilweise sind die Schlangen zu den Top-Events mehrere hundert Meter lang. Dort wartet dann jeder – vom kreativen Künstler bis zum DAX-Vorstand.

Wie stark ist Deutschland auf der SXSW vertreten?

Auf der Besucherseite überraschend stark. An fast jeder Ecke hört man Deutsch und / oder erkennt ein bekanntes Gesicht aus Agenturen, Beratungen, Startups oder Großkonzernen. Einzig den Mittelstand habe ich etwas vermisst oder ihn zumindest persönlich weniger stark wahrgenommen. Das fand ich etwas schade.

Woran liegt das?

Hier kann ich nur mutmaßen. Häufig sehen wir, dass branchenübergreifende Trends mit einem gewissen zeitlichen Verzug in mittelständische Unternehmen Einzug finden. Startups und große DAX-Konzerne nehmen diese teilweise deutlich schneller auf. Das scheint zunächst etwas verwunderlich und steht im Gegensatz zur nachweislichen Innovationsstärke des deutschen Mittelstands. Gerade aber in digitalen Fokusthemen (und hierum dreht sich die SXSW zu einem großen Teil) besteht teilweise noch Nachholbedarf. Ich hoffe jedoch im nächsten Jahr mehr Vertreter aus dem Mittelstand dort anzutreffen.

Erzähl mir ein bisschen mehr über das dortige Netzwerken. Handelt es sich um ein großes Klassentreffen oder geht es vor allem um neue Kontakte?

Es ist eine Mischung aus beidem. Naturgemäß trifft man viele bekannte Gesichter. Tatsächlich lernt man aber vor allem viele neue Leute mit ganz unterschiedlichen Hintergründen kennen. Das Besondere an der SXSW ist, dass dies in einer ungezwungenen Atmosphäre passiert, in der sich schnell alle duzen und sehr offen austauschen. Dieser offene Austausch wird zusätzlich durch das sogenannte „German House“, einer vom Bund geförderten Repräsentanz deutscher Unternehmen auf der SXSW, gefördert.

Welches Event hat Dich am meisten beeindruckt?

Bei mir haben zwei Vorträge den größten Eindruck hinterlassen. Zum einen war das der starke Auftritt von Starbucks-Gründer Howard Schultz, der voraussichtlich für die nächste US-Präsidentschaft kandidieren wird und mir glaubhaft vermitteln konnte, dass er einen gesunden Mix aus wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Gerechtigkeit verfolgt, indem er beispielsweise Starbucks-Mitarbeitern Zugang zu Krankenversicherungen und Hochschul-Stipendien verschafft hat. Zum anderen war da Bjarke Ingels, ein aus Netflix bekannter 44-jähriger Architekt aus Dänemark, der mit seiner Firma Bjarke Ingels Group – oder kurz BIG – in den Metropolen dieser Welt seinen Fußabdruck hinterlässt und selbst für die bautechnische Kolonialisierung des Mars eine Lösung parat hatte.

Das klingt nach einer spannenden Zukunft. Lass uns gemeinsam auf das Jahr 2019 schauen. Welche Trends im Vordergrund?

Im Kern waren das für mich 7 Themen:

- Urbane Mikromobilität
- Künstliche Intelligenz (KI / AI)
- Extended / Mixed Reality (XR / VR / AR)
- Blockchain & Cryptocurrencies
- The Rising Power of the GAFA
- Das Ende der Privatsphäre und Selbstbestimmung
- Tech-Downgrading / Analog-Fallback / Retro-Trust

1. Urbane Mikromobilität

Unsere Städte sind verstopft und unsere Zeit knapp. Eine Geschäftsidee, an der auf der SXSW keiner vorbeikommt, setzt genau dort an. An jeder Straßenecke in Austin sieht man elektrobetriebene Roller (E-Scooter), die im Sharing-Geschäftsmodell einfach und schnell per App gebucht werden können. Ein Milliardenmarkt, der auch in Deutschland kurz vor dem Start steht.

2. Künstliche Intelligenz (KI / AI):

Kaum ein Unternehmen auf der SXSW kommt ohne Künstliche Intelligenz aus. Streng genommen ist KI dabei nicht einmal mehr ein Trend, sondern steckt als eine Art Basistechnologie hinter einer Vielzahl von Trends, wie auch Amy Webb, Professorin an der Universität New York und Gründerin des „Future Today Institute“, in ihrer Keynote feststellte.

Eine der wichtigsten Entwicklungen in 2019: Die Anwendungsgebiete von KI werden immer komplexer und menschlicher. Selbst kreative Schöpfungsprozesse von Kunst und Musik können heute übernommen werden, damit verbunden auch ethische Fragen zur zukünftigen Rolle des Menschen sowie operative Klärungsbedarfe im Kontext der Haftung bei Fehlentscheidungen und Gesetzesverletzungen von Maschinen.

Unternehmen können von künstlicher Intelligenz profitieren, indem automatisiert Entscheidungen auf Basis großer Datenmengen abgeleitet und damit Prozesse automatisiert werden. Frameworks, wie Googles TensorFlow oder die Amazon KI machen den Einstieg dabei erstaunlich sehr einfach.

3. Extended / Mixed Reality (XR / VR / AR)

Auch das Thema Extended Reality ist erneut omnipräsent auf der SXSW. Die Unternehmen haben in den letzten 12 Monaten eifrig an Verbesserungen der Technologien gearbeitet. Neben hardwareseitigen Optimierungen, wie Gewichtsreduktionen, wurde z.B. auch auf das „Eyetracking“ großes Augenmerk gelegt, um das Erlebnis noch komfortabler und realistischer zu gestalten.

Neben zahlreichen Videospiele und Simulationen zur Erkundung von Mars und Antarktis haben VR-Lösungen bereits heute in vielen Industrien – insb. in komplexen Montageprozessen – ihren Weg in den Betrieb gefunden und zu deutlichen Zeit- und Kostenreduktionen geführt. Lockheed Martin, ein US-amerikanischer Rüstungs- und Technologiekonzern, konnte durch den Einsatz von VR beispielweise Durchlaufzeiten von Prozessen um 85% reduzieren.

4. Blockchain & Cryptocurrencies

Wie auch im letzten Jahr ist das Thema Blockchain eines der wichtigsten auf der SXSW. Seit der SXSW 2018 ist der Kurs der wichtigsten Währung Bitcoin um mehr als die Hälfte eingebrochen. Die Branche kämpft u.a. mit starken Vertrauensproblemen.

Die Facebook-Mitgründer Cameron & Tyler Winklevoss, welche zwischenzeitlich dank ihres frühen Bitcoin-Investments zu den ersten Bitcoin-Milliardären wurden, planen mit ihrer übergreifenden Plattform Gemini Kryptowährungen sicher und für jedermann zugänglich zu machen. Gleichzeitig rütteln sie damit an einem der Grundpfeiler von Kryptowährungen, nämlich der Nichtnotwendigkeit einer zentralen Instanz. Der Markt sich befindet weiterhin in der Findungsphase.

5. The Rising Power of the GAFAM

Nicht mehr in der Findungsphase befinden sich nachweislich Google, Apple, Facebook und Amazon – oder kurz GAFAM. Und auch für das nächste Jahr wird erwartet, dass die großen Tech-Konzerne ihre Marktmacht weiter ausbauen werden – insb. durch den Vorstoß in die smarten vier Wände.

Aufgrund der Nicht-Kompatibilität der meisten Systeme entstehen dabei immer größere „Switching-Costs“, wenn man sich einmal für eines der Ecosysteme entschieden hat. Der zukünftige Wettbewerb wird dadurch stark beeinträchtigt. Ob und wie die Regulierung darauf reagieren wird, wird eine der

spannendsten Fragen der nächsten Jahre. Auch deutsche Unternehmen müssen sich hier rechtzeitig positionieren, um nicht den Anschluss zu verlieren.

6. Das Ende der Privatsphäre und Selbstbestimmung

Schon heute haben wir den Tech-Giganten unsere Fingerprints, Faceprints und Voiceprints anvertraut, um uns zu identifizieren und auf vertrauliche Informationen zuzugreifen – darunter u.a. von speziellen Programmen und Wearables gesammelte Fitnessdaten. Dieser Trend wird sich auch im nächsten Jahr fortsetzen: Smart Clothes, Yoga-Matten & Co stehen in den Startlöchern für den Massenmarkt-Rollout.

Zusätzlich gehen einige Unternehmen auf der SXSW noch einen Schritt weiter indem sie Emotionen analysieren und Persönlichkeitsmuster ableiten, um Angebote noch einfacher, noch persönlicher und individueller zu machen und bestmöglich auf die aktuelle Situation abzustimmen.

Ebenso ganz oben auf der Liste der Top-Themen steht das Thema „Genanalyse und -modifikation“ – oder kurz: CRISPR (Clustered Regularly Interspaced Short Palindromic Repeats) – durch das sich für Millionen von Menschen Hoffnungen zur Heilung unheilbarer Krankheiten ergeben.

Während die einen darin die nächste Evolutionsstufe des Menschen ausloben, geben sich andere in der Kombination dieser Themen besorgt. Möchten wir Geschlecht, Hautfarbe, Größe und Intelligenz unserer Kinder wirklich am Computer auswählen? Wie gehen wir damit um, wenn wir wissen, dass wir ein Risiko für eine bestimmte Krankheit in uns tragen? Werden anonyme Instanzen in Zukunft für uns entscheiden, ob wir das Auto nehmen dürfen oder das Rad, weil Sensoren gemeldet haben, dass wir uns in der letzten Woche nicht hinreichend bewegt haben? Eine spannende Diskussion wartet auf uns!

7. Tech-Downgrading / Analog-Fallback / Retro-Trust

Menschen geraten heute immer wieder in Situationen, in denen die High-Tech-Tools und -Produkte nicht mehr funktionieren und aufgrund der Komplexität nicht mehr eigenständig gewartet werden können. Zusätzlich ist das Vertrauen in die Tech-Giganten aufgrund teilweise zweifelhafter Datenverarbeitungspraktiken erodiert.

Aus diesen beiden Aspekten hat sich eine Gegenbewegung entwickelt, die verstärkt auf traditionelle Marken und Produkte mit geringer technologischer Komplexität zurückgreift. Eine solche Positionierung kann für einzelne Unternehmen durchaus Sinn machen und langfristig eine Daseinsberechtigung schaffen. Der Großteil der Unternehmen wird jedoch auch weiterhin dem technologischen Fortschritt folgen müssen, um nicht den Anschluss zu verpassen und substantiell am Markt partizipieren zu können.

Meine letzten zwei Fragen: Wie sieht Dein Fazit aus? Kann die SXSW 2020 auf Dich zählen?

Die SXSW ist ein einzigartiges Event mit inspirierenden Persönlichkeiten und neuen Blickwinkeln. Mein Kalender ist ab sofort jährlich für die SXSW geblockt und das Ticket für 2020 ist bereits gebucht.

Die **South by Southwest (SXSW)** ist eine jährlich im März in [Austin, Texas](#), stattfindende Veranstaltung. Es vereint [Festivals](#), [Konferenzen](#) und Fachausstellungen in den Bereichen Musik, Film und interaktive Medien. Das Festival fand das erste Mal 1987 statt und geht mittlerweile insgesamt über 10 Tage; wenn man die direkt davor stattfindende sxsw-edu-Bildungsmesse und -Konferenz dazuzählt, sogar 14 Tage.

SMP Strategy Consulting (www.smp-ag.de) ist eine mittelständische Unternehmensberatung, die immer wieder in den einschlägigen Rankings (Brand Eins, Wiwo, etc.) als „beste Unternehmensberater“ genannt wird. Seit 20 Jahren steht SMP für Exzellenz an der Schnittstelle zum Kunden und begleitet DAX30-Unternehmen ebenso wie den gehobenen deutschen Mittelstand in kundenzentrierten und technologienutzenden Transformationsprozessen. (Siehe auch Webseite).

[Marcel Vandieken](#) ist Partner bei SMP Strategy Consulting. Dank seiner branchenübergreifenden Erfahrung bringt er eine breite Expertise in der Entwicklung von digitalen Transformationsstrategien, dem Aufbau neuer Geschäftsmodelle sowie der Agilisierung von Organisationen in seine Mandate ein. Darüber hinaus ist Marcel Vandieken Dozent für Digitaltransformation an der ESCP Europe in Berlin, einer der weltweit renommiertesten Business Schools.

Vor SMP führte Marcel Vandieken als Chief Strategy Officer & Managing Partner der UDG United Digital Group, eine der größten Digitalagenturen Deutschlands mit knapp 700 Mitarbeitern. Zudem war er vor einigen Jahren selbst als Gründer einer „location-based Networking-App“ mit datenbasiertem Monetarisierungsmodell aktiv und unterhält seither ein starkes Netzwerk in die Startup-Szene. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre hat er in Düsseldorf, Los Angeles und San Diego absolviert.