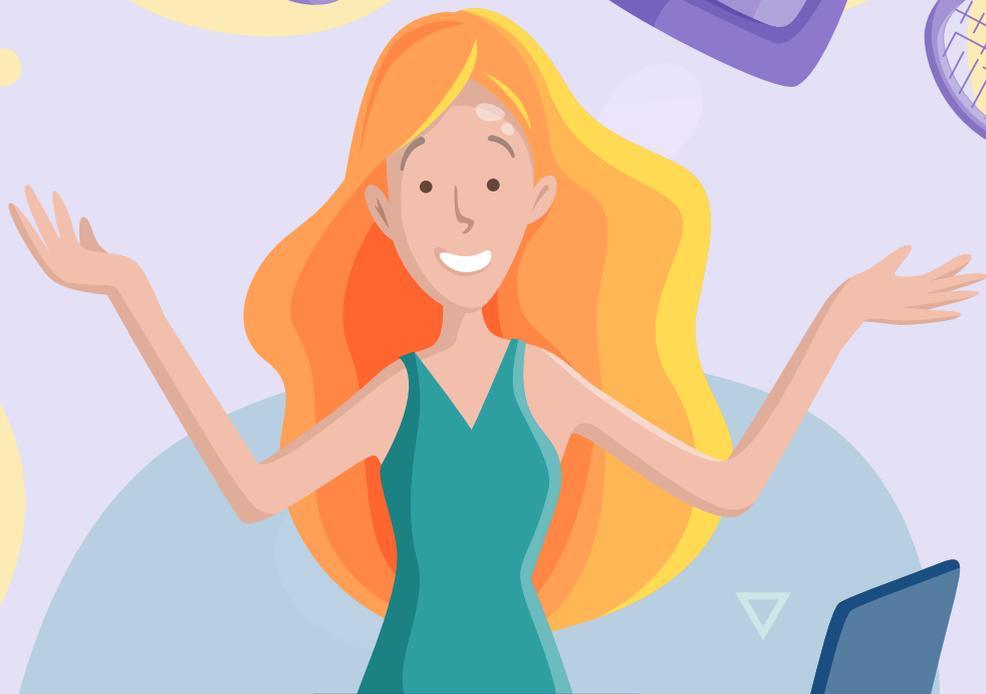


VON E-FOOD BIS E-BRAIN

SHOPPING DIGITAL ÖDER NICHTS

LEBEN UND DENKEN IN DER WELT VON MORGEN



BUNEO

*Aus Liebe
zum Shopping*



DATEN STATT RATEN.

Nach einer afrikanischen Fabel fand ein Bauer ein Adler-Ei und legte es einer seiner Hennen im Hühnerhof ins Nest. Der Adler wurde zusammen mit den Küken ausgebrütet und wuchs mit ihnen auf. Da er sich für ein Huhn hielt, gackerte er. Er schlug mit den Flügeln und flatterte immer nur höchstens einen oder anderthalb Meter in die Höhe. Wie ein anständiges Huhn. Und er scharfte in der Erde nach Würmern und Insekten.

Nur ab und zu hob er ein wenig seine Flügel und flog ein Stück über den Hühnerhof, ähnlich wie die anderen Hennen. Einmal jedoch, er hatte sich völlig vergessen, flog er plötzlich höher als je zuvor... höher als die anderen Hennen. Für einen kurzen Augenblick genoss er es, so hoch durch die Lüfte zu fliegen, für einen Moment lang begann er zu träumen und war glücklich.

Die Jahre vergingen und der Adler wurde sehr alt, aber nicht glücklich.

Eines Tages sah er einen prächtigen Vogel, der hoch oben am Himmel majestätisch seine Kreise zog.

Bewundernd blickte der alte Adler nach oben.

“Wer ist das?” fragte er ein Huhn, das gerade neben ihm stand.

“Das ist der Adler, der König der Vögel”, antwortete das Huhn.

“Wäre es nicht herrlich, wenn wir auch so hoch am Himmel kreisen könnten?”

“Vergiss es”, sagte das Huhn. “Wir sind Hühner.”

Der Adler schämte sich leise für den unbescheidenen Traum vom freien Flug und für dieses komische Gefühl in der Brust, das sich in ihm breit gemacht hatte. Ein Gefühl, soweit und luftig, so frei. So blieb der Adler das, wofür er sich hielt und starb eines Tages als Huhn unter Hühnern.



Resümee zu der Geschichte vom Adler, der glaubte ein Huhn zu sein!:

Dem Adler fehlten die Daten, deshalb konnte er nur raten! – und der Bauer hat es nicht kommuniziert, was in digitalen Zeiten bei all der Transparenz an Information + Wissen unmöglich nochmals passieren könnte. Leider hatte der Adler keinen Computer und damit keinen Zugang zum Internet!

Mit dieser Kernaussage sind alle digitalen Geschäftsmodelle der Plattformökonomie von morgen ausgedrückt und es stellt sich mehr denn je die Frage, wie wir Menschen inklusive unserem (digitalen) Shopping-Kaufverhalten, was nicht zuletzt die Corona-Krise verdeutlicht hat, uns dadurch verändern werden.

Es lässt sich sicherlich alles digitalisieren, Menschlichkeit, womit menschliches Miteinander und damit Zwischenmenschliches sowie Verbindung zwischen Menschen gemeint ist, lässt sich jedoch niemals digitalisieren. Und das ist auch gut.

Was früher das Erdöl war, sind heute Daten. Heutige Datenkonzerne wie Google, Amazon, Apple, Microsoft und Facebook haben als wertvollste Unternehmen der Welt die ehemaligen, wertvollsten Ölkonzerne wie Exxon, Shell oder BP schon längst abgelöst.

Der Mensch digitalisiert sich mit exponentieller Geschwindigkeit, dieser Begriff ist seit Corona auch in aller Munde, automatisch und es ist erstaunlich, dass kaum einer noch mit Bargeld bezahlen möchte und stattdessen eine Karte oder elektronische Geldbörse via App auf einmal nutzt. Quasi eine rasende Zwangsdigitalisierung durch das Virus.

Daten sind also das neue Erdöl und Apps (84 USD Milliarden Umsatz weltweit) unsere neuen Informationsquellen. Bei diesem App-Konzert spielt Deutschland noch nicht mal die Triangel. Ein geistiger und

ökonomischer Lockdown, immerhin können wir jetzt wieder Schutzmasken in Deutschland herstellen und müssen nicht auf China warten.

Schauen wir uns doch mal an, was wir so alles im Internet einkaufen und was in einer Minute Internet überhaupt alles so passiert.

Was im Netz gekauft wird (Einkaufsquelle bevorzugter Produkte laut Statista):

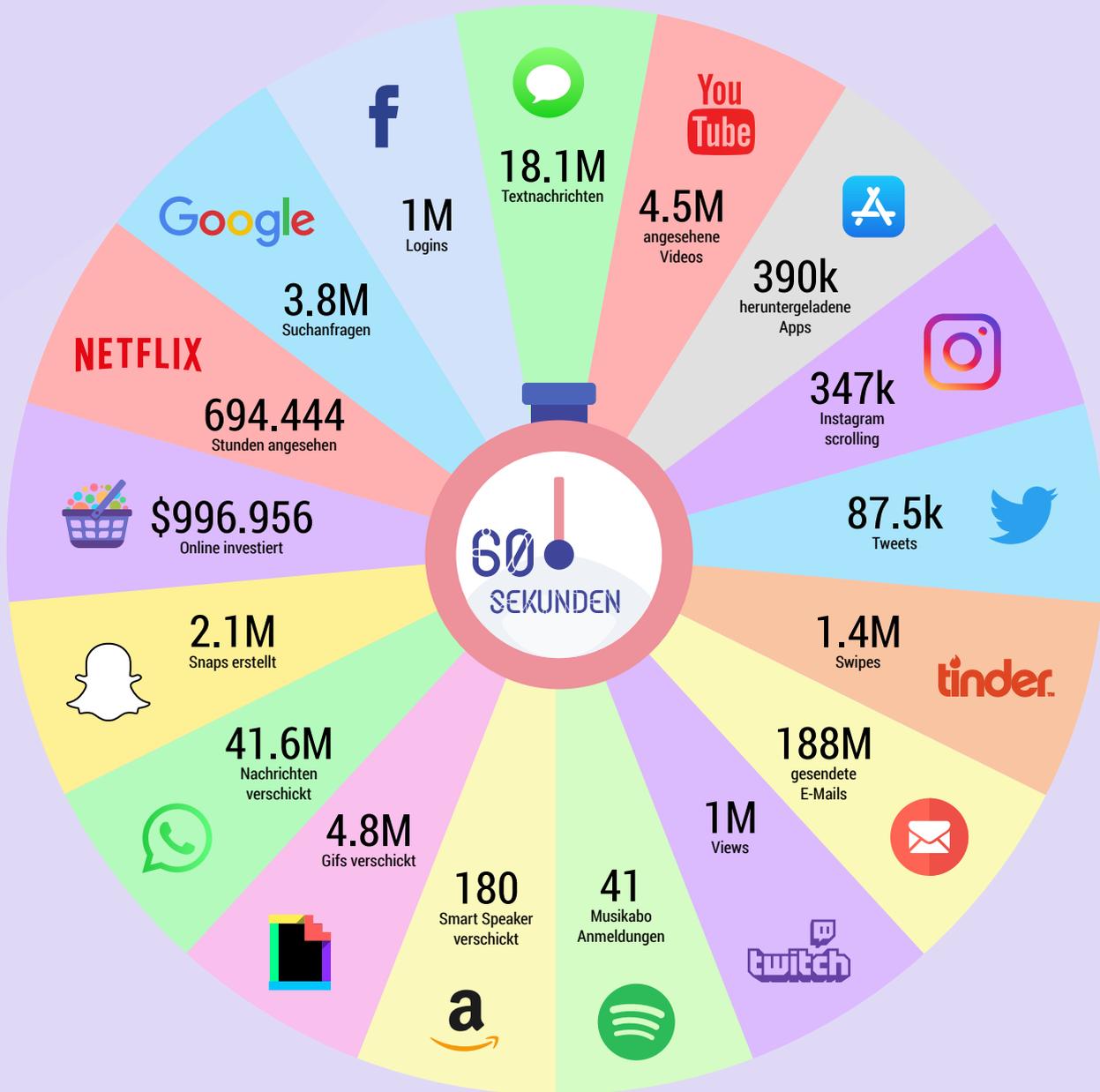
Reisen, Hotel, Flüge	87%
Medien (Musik, Bücher etc.)	68%
Kfz-Zubehör	61%
Arzneimittel, Medikamente	60%
Elektronik	52%
Sport- & Outdoorartikel	41%
Tiernahrung bzw. Tierbedarf	39%
Mode, Schuhe, Accessoires	35%
Wein und Spirituosen	29%
DIY (Bauen, Garten, Heim)	26%
Möbel, Wohnaccessoires	25%
Lebensmittel, Alltagsbedarf	5%

Ohne Internet können wir Menschen offensichtlich nicht mehr unseren Alltag bewerkstelligen, deshalb ist Amazon systemrelevant und wir ärgern uns täglich über die Verspätung von Paketdiensten, auf welche wir oftmals einen ganzen Tag warten müssen und dies so nervig sein kann.

Währenddessen surfen wir im Internet und hinterlassen überall und nirgendwo unseren digitalisierten Fingerabdruck, d.h. unsere Daten.

Wie und wo bringt die nachstehende Grafik zu Tage:

Was passiert in 60 Sekunden (in 1 Minute) im Internet 2019
(Quelle: Visual Capitalist)?



18,1 Millionen sms versendet
4,5 Millionen Videos auf YouTube angeschaut
390.030 Apps downloaded bei Google und Apple
347.222 Scrolling bei Instagram
87.500 Menschen twittern
1,4 Millionen wischen bei Tinder

188 Millionen Emails versendet
1 Million Views bei Twitch
41 Music Streaming Abos
180 Sprachassistenten verkauft bei Amazon echo und Google Home
4,8 Millionen Gifs erstellt bei Giphy
41,5 Millionen Nachrichten versendet bei WhatsApp und Facebook Messenger

2,1 Millionen Snapshots kreiert
Knapp 1 Million USD beim Online Shopping ausgegeben
694.444 Stunden wird Netflix geschaut
3,8 Millionen Suchanfragen bei Google
1 Million Logins bei Facebook

Wir Menschen geben also knapp 1 Million USD in 1 Minute durch Online-Bestellungen aus und Netflix hat durch Corona ein Wachstum von 16 Millionen neuen Kunden zu verzeichnen. Abo-Modelle machen weltweit einen Luftsprung nach dem anderen.

Die Maschine bringt uns Menschen also den Mensch näher.

So ganz nach dem Motto, du musst beim Online-Shopping keine Kaufentscheidungen mehr treffen, du darfst einfach bestellen, was du willst. Von Datenschutz-Bedenken keine Spur. Relevante Angebote sind die digitalen Gewinner und das digitale Erlebnis der Hauptgewinn.

Oder ist es so, dass Menschen immer weniger offline + analog shoppen gehen wollen, weil sie schlicht und ergreifend keinen Bock auf die langen Schlangen an den Kassen im Einzelhandel haben. Amazon Go beweist, dass es auch anders geht und bietet dieses System jetzt auch dem Einzelhandel an.

Somit klingelt unser Computer oder Tablet oder Handy immer öfter an der digitalen Kasse.

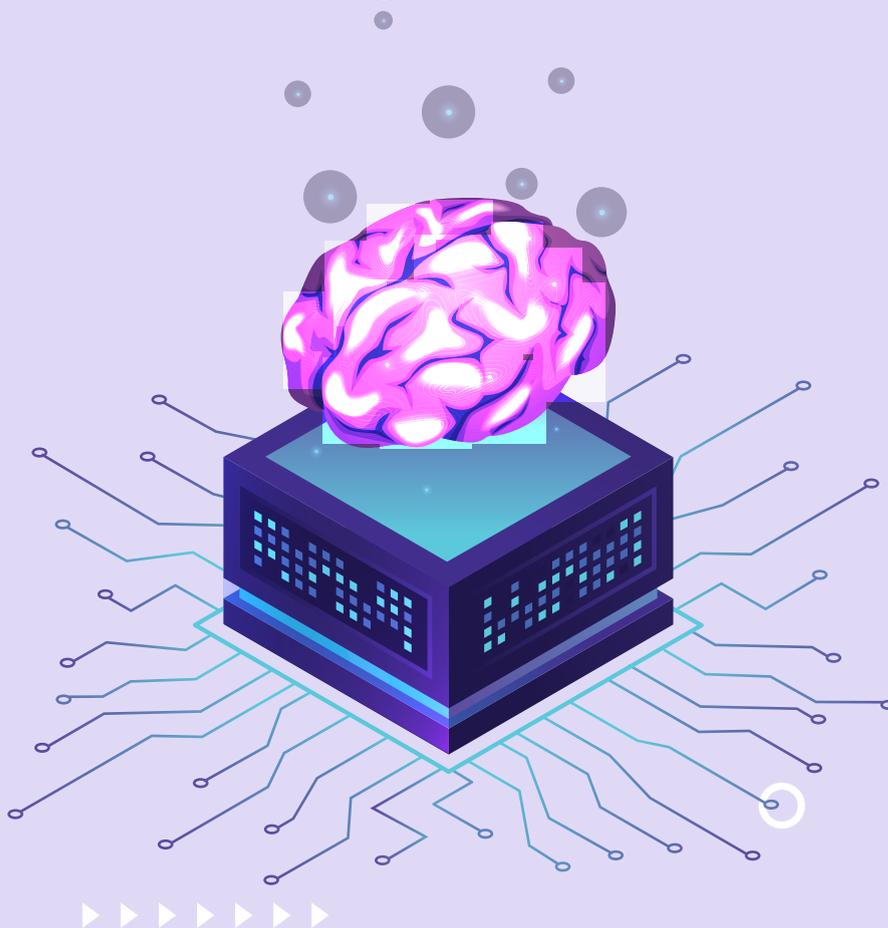
Damit werden alle Kassier(innen) arbeitslos und der Einzelhandel wird sich wahrscheinlich in Richtung verlängerter Arm des digitalen Shoppings entwickeln und nach elektronischer Bestellung nur noch eine Abholfunktion respektive Lieferfunktion haben.

Faktisch könnten die Gehirne der Menschen mit dem Internet verbunden werden und es fände eine Maschine-Mensch-Interaktion statt. Elon Musk macht es uns mit Neuralink (neben Tesla) vor und will alle

menschlichen Gehirne vernetzen, um dadurch eine Brain-Cloud zu erschaffen, die sich mit der Internet-Cloud verbindet - mit dem Ergebnis, dass die Maschine dann vor uns Menschen weiß, was wir im Online-Shopping-Himmel einkaufen wollen.

Das ist reale Zukunftsmusik, umso wichtiger ist es, dass die menschliche Intelligenz bei all dieser künstlichen Intelligenz (KI) im Fahrersitz bleibt, da die Maschine niemals wie menschliche Sinnesorgane riechen, schmecken und fühlen wird können. Menschliche Emotionen bleiben menschliche Emotionen und nur dadurch wird es auch in Zukunft alle für den Menschen notwendigen E-Produkte, wenn auch individualisiert, geben.

Allerdings werden sich beim digitalen Shopping auch einige signifikante Änderungen ergeben, so ist es schwer vorstellbar, dass aus Gründen der Nachhaltigkeit immer noch 3 Größen bestellt werden und nur 1 Größe behalten wird sowie die restlichen, beiden Größen als Retoure kostenlos zurückgehen sollen können.



In einem Meeting hat sich folgende, erzählenswerte Geschichte zugetragen und zwar hat ein Teilnehmer einen **Joghurtbecher** auf den Tisch gestellt und die Frage gestellt, was Menschen, Jobs und Unternehmen ohne Veränderung mit diesem Joghurtbecher gemeinsam haben?

Du ahnst es: Daten statt raten. Genau und zwar hat der Joghurtbecher ein **Verfallsdatum**, sogar aufgedruckt. Der Vorteil ist, dass dieses Verfallsdatum schwarz auf weiß auf dem Deckel steht und der Nachteil ist, dass der Tag des Verfallsdatums kommen wird.

Und wir Menschen haben die Tendenz, solch ein Verfallsdatum so lange wie möglich hinauszuziehen in die Zukunft, was allerdings niemals unendlich fortgeschrieben werden kann.



Wir müssen uns digital neu erfinden (Selbstdisruption) und uns unweigerlich die Frage nach dem eigenen Ich stellen (digitale Bereicherung und Chancen), wenngleich der Mensch aufgrund seiner Fähigkeit zur Empathie und sozialen Interaktion immer Mensch bleiben wird:

- 1. Was möchte ich tun?**
- 2. Wer bin ich?**
- 3. Wofür werde ich anerkannt?**

Die Oxford-Studie aus 2013 sagt, dass 47% aller heutigen Berufe verschwinden wird und wir werden dies in den nächsten Jahrzehnten mehr als schmerzhaft bemerken.

Deshalb sollten wir quasi einen Wandel in Eigenregie durchführen, weil es dafür keinen Lehrer gibt, sondern nur Ehrlichkeit sich selbst gegenüber. Grundeinkommen für alle hin oder her.

Klar gibt es auch zukünftig noch sichere Jobs wie Therapeuten, Yoga-lehrer, Sozialarbeiter, Psychologen und Grundschullehrer beispielsweise.

Dennoch ist ein Umlernen und Umdenken für uns alle unausweichlich, das Verfallsdatum wird kommen und wir sollten Computer so nutzen, dass sie Menschenversther werden und dementsprechend auch beim digitalen Shopping einsetzen. In Zukunft sind wir sowieso nicht mehr bereit, Kosten für Ineffizienzen, die Produkte teuer machen, zu zahlen. Natürlich werden wir darauf achten, dass unsere Grundbedürfnisse nicht verletzt werden.

Die neuen, digitalen Lieferhelden werden uns Freude machen und die alten Cowboys der Analogwelt nicht mehr auferstehen lassen.

In dem neuen digitalen Shopping-Ökosystem werden wir über Plattformen möglichst ein Minimum an Kapital einsetzen, allerdings ein Maximum an Information verlangen. Dies gilt gleichermaßen für selbstfahrende Autos bis hin zu kostengünstigen Services. Amazon Ring macht es mit der elektronischen Überwachung des Lieferverkehrs bis ins Haus hinaus mehr als deutlich, in welche Richtung es geht und das Schöne daran ist, dass wir auf keinen Paketdienst mehr warten müssen. Neue Produkte für das digitale Shopping entstehen aus der Künstlichen Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT) und der Blockchain. Vom Flugtaxi bis hin zu elektronischen Verträgen jeder Arbeit ohne Zwischenhändler, jedoch mit Chatbot.

Auch die Kommunikation untereinander wird sich ändern, nicht erst seit Corona-Zeiten werden mit Skype und Zoom Konferenzen abgehalten, mit Google Hangeout gibt es schon länger ein effizientes Videokonferenzsystem mit Chatfunktion, was quasi wie ein Webinar fungiert. Damit arbeitet beispielsweise Conrad Electronic und will auch darüber ein Held von morgen werden und kein Held von gestern bleiben.

**Lasst uns neu erfinden, bevor es ein andere für dich tut.
Und denkt bitte immer an das Verfallsdatum des Joghurtbechers.**

Deshalb: Äußert eure verborgenen Kundenwünsche und Kundenbedürfnisse gegenüber den digitalen Shoppinganbietern, nur dadurch können neue Produkte entstehen und nur über diesen Weg gibt es heute Unternehmen wie Netflix, Uber, Flixbus, Airbnb oder Expedia, booking.com etc.

Es gibt noch genügend Produkte mit Nervfaktor sowie Ineffizienzen und insofern könnt ihr auch gerne fabulieren hinsichtlich:

- Niedrigeren Preisen
- Noch mehr kostenloser Service
- Unrealistischer Fantasie
- Mehr Verständnis
- Höherer Bequemlichkeit

Alles, was zählt, ist genau diese Shoppinggeflüster bestehend aus:

- Deine Werte - Deine Worte
- Menschen - Emotionen - Erlebnisse
- Früher an Shoppen denken

Diese Gedankengänge seien abschließend am Beispiel der Entstehung (Start Up) von Airbnb noch wie folgt konkretisiert:

Airbnb 2017:

„Erschaffe eine inspirierende Welt, in der die Verbindung zwischen den Menschen zählt...bewirb dich heute und verändere die Tourismusbranche“.

2008 bestand Airbnb noch aus 2 Designern mit einem Extrazimmer und heute hat Airbnb über 2 Millionen aktive Inserate in 191 Ländern und 34.000 Städten.

Die Gründungsstory lautet:

Airbed and Breakfast, Luftmatratze und Frühstück. Der Name war die Story.

Ausgangssituation: Wir hatten eine gemeinsame Wohnung (die 2 Designer).

Komplikation: Die Miete wurde angehoben, wir konnten sie uns nicht leisten.

Lösung: Wir vermieteten ein Zimmer, das brachte uns auf die Idee für die Plattform Airbnb.

Win-Win-Situation für alle Beteiligten:

1. Als Reisender sparst du Geld.
2. Als Gastgeber verdienst du Geld hinzu.
3. Die lokale Verbindung zur Stadt ermöglicht die Kultur zu teilen.

Willkommen bei Airbnb: Buche Zimmer bei Einheimischen anstatt bei Hotels (Wie). Sei dort zuhause (Warum).

ZUSAMMENFASSEND SIND DIE
ZENTRALEN BOTSCHAFTEN DIESES
EBOOKS:

**NICHT UNSER LEBEN DENKEN
SONDERN UNSER DENKEN LEBEN**

DADURCH BEWAHREN WIR UNS UNSERE MENSCHLICH-
KEIT, DIE SICH TROTZ DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ
(AUS DER MASCHINE) NICHT DIGITALISIEREN LÄSST UND

**WIR KÖNNEN DADURCH AUCH DIE CHANCE MEISTERN,
BESSERE VERBINDUNGEN ZWISCHEN MENSCHEN IN
DIGITALEN ZEITEN HERZUSTELLEN, UM UNSEREN
PLANETEN ZU RETTEN.**

**NEU (DIGITAL) DENKEN – NEU (DIGITAL)
ERFINDEN – NEU (DIGITAL) LEBEN.**

**Lasst uns digitales Fliegen wie
ein Adler lernen.**

**Ein Löwe denkt auch nicht nur
übers Jagen nach, er jagt.**



BUNEO GmbH & Co. KG
Herborner Straße. 6A · D-35080 Bad Endbach
www.bunEO.de · info@bunEO.de