

„Den Kunden persönlich im Laden ansprechen“

INTERVIEW Gespräch mit dem Innovationsberater der JadeBay über Auswirkungen der aktuellen Corona-Krise und Mega-Trends

Die Auswirkungen globaler Trends werden auch regional spürbar. Davon ist Dr. Michael W. Preikschas überzeugt.

VON HARTMUT SIEFKEN

WZ: Herr Dr. Preikschas, die Corona-Krise stellt die Unternehmen auf den Prüfstand. Ob Produktion, Logistik, Handel oder Dienstleistungen – inwiefern kommt es nicht nur auf die finanziellen Reserven, sondern auch auf das innovative Potenzial eines Unternehmens in der Krise an?

DR. MICHAEL W. PREIKSCHAS: Innovativität ist ein Begriff, der unterschiedlich interpretiert wird. Für uns bedeutet er neben der offensichtlichen Produkt- oder Dienstleistungsneuheit auch niederschwellige Ansätze, wie beispielsweise eine Prozessverbesserung. Diese können dann die Flexibilität der Unternehmen erhöhen und somit ein Manövrieren durch die Krise ermöglichen.

WZ: Stimmt es, dass die Krise der Wirtschaft einen besonders großen Innovations Schub verleiht? Was passiert?

PREIKSCHAS: Die Krise hilft uns tatsächlich, erster über die Digitalisierung der Geschäftsmodelle nachzudenken. In vielen Bereichen liefern die Geschäfte vor der Krise so gut, dass vor allem kleine und mittlere Unternehmen vollständig im Tagesgeschäft ge-

bunden waren. Nun gibt es Kapazitäten für strategische Überlegungen. Denken wir nur an die Restaurants, die mittlerweile fast durchgängig den Sprung in den Online-Vertrieb geschafft haben.

WZ: Zeichnen sich neue Mega-Trends ab die auf die regionale Wirtschaft durchschlagen?

PREIKSCHAS: Bei Megatrends sprechen wir von langfristigen Entwicklungen, die für alle Teile unseres täglichen Lebens, wie Politik, Gesellschaft oder Wirtschaft, prägend sind, beispielsweise die Mobilität oder Künstliche Intelligenz. Diese sind natürlich auch regional zu spüren. Um sie aber aus der Krise abzulesen, ist es etwas zu früh. Was wir sehen können, sind neue, intelligente und strukturverändernde Innovationen. Diese bezeichnen wir als Micro-Trends. Zum Beispiel Plattformen zur Organisation der Auslastung von regionalen Intensivbetten oder die Big-Data-Diagnostik von CT-Bildern, so dass regionale Arztpraxen, die wenig Personal haben, auch auf einen großen Informationssschatz zugreifen können, ähnlich wie die Universitätskliniken.

WZ: Wird die Globalisierung ein Stück rückabgewickelt?



Dr. Michael W. Preikschas ist Innovationsberater bei der JadeBay GmbH Entwicklungsgesellschaft und forscht im Bereich Trends. Wöchentlich veröffentlicht er dazu neue Beiträge im Blog „InnovationsRadar“ unter www.jade-bay.de/innovationsradar1.

FOTO: SCABELL/P

die Software empfehlen, lieber den anderen Zulieferer zu wählen. Oder ein anderes Beispiel: Satellitenfotos. Wenn Sie Fotos der Parkplätze eines Lieferanten haben, dann könnten Sie bei Veränderungen der Auslastung auf den Krankenstand rückschließen. Und letztlich doch bei einem anderen Lieferanten bestellen. Diese Beispiele sind keine Fiktion.

WZ: Welche Chancen ergeben sich aus weniger internationaler Arbeitsteilung für die deutsche exportorientierte Wirtschaft?

PREIKSCHAS: Die Möglichkeiten liegen in der Entwicklung und Umsetzung innovativer Ideen. Ich denke beispielsweise

se an die Einbindung der additiven Fertigung. Der 3D-Druck bietet Chancen zur Wertschöpfung. Ein weiteres Beispiel ist die Produktentwicklung. VR/AR (Virtual-Augmented Reality)-Technologien können aufwendige Feldstudien in anderen Klimazonen verkürzen. Dazu stellt eine Studie der Universität Mannheim fest, dass virtuelle Neuentwicklungen zum Beispiel mit Hilfe eine Virtual-Reality-Brille genauso gut getestet werden können wie mit einem physischen Prototyp.

WZ: Viele Läden waren einige Wochen geschlossen. Wirkt sich dies langfristig auf das Konsumverhalten aus?

PREIKSCHAS: Einzelhändler stehen zunehmend unter Druck, die Einkaufsgewohnheiten ihrer Kunden zu verstehen. Nehmen wir als Beispiel Lebensmittel. Studien zeigen, dass online bestellte Lebensmittel weniger preissensibel ausgesucht werden. Diese Ergebnisse decken sich mit den Theorien aus der Verhaltensforschung. Menschen treffen bessere Entscheidungen, wenn sie sich auf die Zukunft beziehen. In diesem Fall hilft die Verzögerung zwischen Onlinebestellung und Wareneingang den Käufern, gesündere Lebensmittel zu bestellen.

WZ: Wie sieht die Einzelhandels Zukunft aus? Welche Chance hat der innerstädtische Einzelhandel neben den Online-Giganten?

PREIKSCHAS: Die großen Online-Warenhäuser sind sehr gut darin, ihre Kunden zu verstehen. Bei empirischen Betrachtungen haben sich drei Eigenschaften herauskristallisiert, die es einem Geschäft ermöglichen, sich von der Konkurrenz abzusetzen: Man löst das Beschaffungsproblem des Kunden, man bietet ihm einen hochwertigen Aufenthalt im Geschäft, und man spricht ihn persönlich und umfangreich an – nicht nur im Laden, sondern auch vorher und nachher. Dabei arbeiten Online- und stationäres Business Hand in Hand.

WZ: Wie verändert sich die Arbeitswelt, ob in der Produktion, im Büro oder in Serviceberufen?

PREIKSCHAS: Bekannt ist seit längerem der Wunsch des Arbeitnehmers nach individuellen Arbeitszeitmodellen, Langzeitkonten, Sabbaticals oder Homeoffice-Möglichkeiten. Durch die Krise wurde die Entwicklungsgeschwindigkeit individueller Arbeitslösungen noch verschärft.

WZ: Was bietet die Innovationsberatung der Jade-Bay?

PREIKSCHAS: Mein Kollege, Dr. Michael Schurich, und ich bieten regionalen Unternehmen eine kostenlose Beratung bei der Umsetzung von Projekten. Des Weiteren können wir durch eine Fördermittelberatung möglicherweise Unterstützung für strategische Weiterentwicklungen aufmachen.