



# Trendforscher sind Trend

Der Vater aller Trends, Peter Wippermann, spricht im Interview mit dem SCOUT über Unternehmensstrukturen von morgen, die Entwicklung zur Netzwerkgesellschaft und die Anpassungsschwierigkeiten der Deutschen.

Foto: Grund und Flumm

## SCOUT: Ist Trendforschung nicht selbst „nur“ ein Trend ?

**Wippermann:** Ihre Frage ist ebenso alt, wie es Trendforschung in Deutschland gibt. In den vergangenen 18 Jahren hat sich die Trendforschung als Ergänzung der Marktforschung in praktisch allen Großunternehmen etabliert. Ihre Arbeitsweise stützt sich heute auch auf das Social Media Monitoring des Web 2.0. Die Grundidee ist immer noch die gleiche: Zuhören und Beobachten, um Antworten zu finden auf Fragen die man nie gestellt hat.

## SCOUT: Sie haben früher als Fotograf, Kurator<sup>1</sup> und Art-Direktor gearbeitet. Ist das die „Ausbildung“ die gebraucht wird, um Trends zu erkennen?

**Wippermann:** Wenn man Trendforscher/in werden will, ist es ist eine gute Voraussetzung ein visuelles Grundwissen mitzubringen. Mustererkennung ist ein Tool der Trendforschung, aber es reicht nicht aus. Deshalb bringen praktisch alle professionellen Trendforscher eine wissenschaftliche Disziplin als Eingangsqualifikation mit. Das kann Soziologie, Psychologie, Wirtschaftswissenschaft, Kommunikationstheorie, Design oder

aber Journalismus sein. Trendforschung kann man in Deutschland nicht studieren.

## SCOUT: Das Web 2.0 ist dabei die Technologie und Verhaltensphilosophie der Kommunikationsbranche zu verändern. E-Service ist das Zauberwort im Kundendialog via Internet. Wie sieht der „Kundendialog“ der Zukunft aus?

**Wippermann:** Das Internet ist die Infrastruktur des 21. Jahrhunderts. Es ermöglicht Kommunikation, Transaktion und Produktion in einem Kanal. Das Vernetzen dieser drei Sparten ist radikal anders, als die Idee der Arbeitsteilung der Industriekultur. Deshalb gehe ich davon aus, dass wir es mit einem Strukturwandel zu tun haben. Eine ähnlich grundlegende Neuorganisation der Gesellschaft gab es zuletzt im Wandel von der Agrar- zur Industriegesellschaft. Mit der Freischaltung des World

**ZUHÖREN  
UND BEOBACHTEN,  
UM ANTWORTEN ZU FINDEN  
AUF FRAGEN  
DIE MAN NIE GESTELLT HAT.**

Wide Web begann die Entwicklung zur Netzwerkgesellschaft. Für die Medienbranche und ihre Mitarbeiter ist es bis heute schwer zu akzeptieren, dass die Medien ihren Charakter verlieren aber gleichzeitig an Bedeutung gewinnen. „Kundendialoge“ verkaufen nicht mehr, sie sind die Voraussetzung für das Geschäft von morgen. Die Entwicklungen von Amazon,

1: Das Wort Kurator stammt ab vom lateinischen Wort „curator“ und steht für „Pfleger“, „Vertreter“ oder „Vormund“.

ebay, Google, Facebook sind gut dokumentiert, sie lohnen sich zu studieren und weiterhin im Auge zu behalten. Amazon ist heute schon neben IBM zum zweit größten Dienstleister für Datenverarbeitung aufgestiegen. Walmart, das größte globale Unternehmen orientiert sich an dem erst 16 Jahre alten Unternehmen Amazon, um im Kundendialog nicht den Anschluss an die Netzwerkökonomie zu verlieren.

**SCOUT: Sie sprachen 2005 vom Phänomen der „kollektiven Zukunftsverweigerung“ in Deutschland. Wo ist die Abgrenzung zwischen Trend und bereits etablierter Realität? Was ist meine: Wann ist die Ziellinie erreicht?**

**Wippermann:** Ich bezeichne Trends als Anpassungsstrategie an eine sich verändernde Umwelt. In Deutschland sind wir Weltmeister der Anpassungsträgheit. Technologisch und ökonomisch sind wir revolutionär, sozial und kulturell konservativ. Das hat Vorteile, denn man wartet bis man sich ändern muss, aber es hat auch Nachteile: Innovationen machen die Anderen. Die prägenden Unternehmen der Netzwerkgesellschaft kommen aus den USA. China ist in der Nutzung durch die Wirtschaft und die Bevölkerung die aktivste Nation weltweit. Indien ist Spitzenreiter in der mobilen Kommunikation. Deutschland spielt in Europa nur auf den mittleren Plätzen. Ausgenommen ist der Einsatz von RFID<sup>2</sup> in der Wirtschaft. Wer sich den deutschen Empörungsgenuss des letzten Sommers noch einmal in Erinnerung rufen möchte: Google und Facebook machten Angst. Die Empfehlungen in der veröffentlichten Meinung in Zeitungen, Magazinen und Büchern waren eindeutig: Internet aus und offline glücklich werden! In der Zwischenzeit verkaufte Amazon über Kindle in den USA 142 eBooks zu 100 Hardcovern. Ja, in Deutschland gehen die Uhren anders. Das Kindle ist noch gar nicht auf dem Markt. Dafür erhoffen sich heimische Verleger die Rettung über das iPad. Eine Hoffnung, die kaum in Erfüllung gehen wird. Denn Apple dringt mit seinen Tablet-Computern in den Markt des mobilen, digitalen Fernsehens vor und hat sich nicht die Rettung der deutschen Verlags-häuser auf ihre Fahnen geschrieben.

**SCOUT: Welche Rolle werden künftig Callcenter-Lösungen im Marketing/Vertrieb der Unternehmen spielen?**

**Wippermann:** IBM hat in diesem Jahr das Unternehmen für Web-Analysen, Marketing-Management und On-Demand-Lösungen UNICA für 480 Milliarden US-Dollar übernommen. Diese Firma verkauft Software, die unterschiedliche digitale Medienkanäle auf einem Interface<sup>3</sup> darzustellen vermag. Personal Media, wie E-Mails, Blogs, Chats, Twitter und Facebook werden auf einen Teilnehmer im Dashboard<sup>4</sup> dargestellt und um persönliche Informationen aus Datenbanken ergänzt. Die totale Kundenorientierung (Customer Centricity) ist technisch möglich und ökonomisch sinnvoll. Callcenter werden sich

diesem Trend anschließen oder vom Markt verschwinden.

**SCOUT: „Das Callcenter telefoniert nur und nervt manchmal“. Das Customer Interaction Center pflegt Beziehungen – unabhängig vom Kommunikationsmedium. Einige Trendforscher glauben an diese Umwandlung. Ist das realistisch?**

**Wippermann:** Unternehmen analysieren ihre Kundenbeziehungen und suchen technologisch und ökonomisch neue Kommunikationslösungen. Kundenkontakte werden weiterhin outsourced oder aber ingesourced, wenn die Menge der Kundendialoge das sinnvoll erscheinen lässt. Diese Firmen werden ihre Sparten Marketing und Vertrieb künftig zusammenlegen, um die Kommunikation im digitalen Vertriebskanal einheitlich zu nutzen. Einige Pioniere der Mass Customization gehen noch einen Schritt weiter und vernetzen auch ihre Produktion mit dem Endkunden. Mit Nike-ID gibt es seit Jahren eine gute Beobachtungskonstante dieser Crowdsourcing<sup>5</sup>-Strategie. Der Kunde plant die individuelle Produktion, vom Material, bis zum Design, zahlt vor der Produktion und erhält die Ware innerhalb 14 Tagen ohne Rückgaberecht. Die Verkürzung der Wertschöpfungskette und die projekthafte Mitarbeit des Kunden ist das Ziel dieser Rationalisierung.

**SCOUT: Um Kosten zu sparen setzen einige Callcenter Serviceroboter ein die mit dem Kunden kommunizieren. Wird sich dieser Trend durchsetzen?**

**Wippermann:** Die Spracherkennung hat sich in den letzten Jahren enorm verbessert. Google bietet sogar automatische Live-Übersetzungen an. Die Rationalisierung durch Software ist eine der zukünftigen Entwicklungen. Zappos, der erfolgreichste Online Schuhhändler weltweit, ist einen anderen Weg gegangen. Damit Menschen 24/12/365 (immer) mit Menschen reden können, ohne an gesetzliche Arbeitszeitenregelungen gebunden zu sein, zog das Unternehmen von der Küste Kaliforniens nach Las Vegas.

**SCOUT: Welche Beispiele gibt es für bedeutende Kommunikations-Trends oder unternehmensspezifische Entwicklungen? Sind Trends die Garantie für einen Zukunftsmarkt?**

**Wippermann:** Die Hierarchie wird vom Netzwerk als Organisationsstruktur verdrängt. Das geht langsam, ist aber jetzt deutlich in der werblichen Kommunikation angekommen. Die Monologe der Ökonomie der Aufmerksamkeit sind die Verlierer. Die Dialoge der Ökonomie der Anerkennung haben gute Chancen den Sieg davon zu tragen. Heute schon rechnet man damit, das die Formel  $N = 1$  und  $R = G$  (Der Einzelne zählt, die Ressource ist global) die beste Faustformel für die Entwicklung des Kommunikationsmarktes sein wird. Ich gehöre auch dazu. Garantien auf die Zukunft aber kann es nicht geben. ■

2: RFID basiert auf dem englischen Begriff „radio-frequency identification“ = Identifizierung mit Hilfe elektromagnetischer Wellen.

3: Die Schnittstelle oder das Interface, englisch für ‚Grenzfläche‘ ist der Teil eines Systems, der der Kommunikation dient.

4: englisch für Armaturenbrett.

5: Als Crowdsourcing bezeichnet im Gegensatz zum Outsourcing nicht die Auslagerung von Unternehmensaufgaben und -strukturen an Drittunternehmen, sondern die Auslagerung auf die Intelligenz und die Arbeitskraft einer Masse von Freizeitarbeitern im Internet.