

Mit Vertrauen die Kunden für das Produkt gewinnen

Interview Der Futurist und Zukunftsberater Gerd Leonhard erklärt, wie sich Firmen für das digitale Zeitalter rüsten können.

Wie Unternehmen in einer Welt bestehen können, die sich immer stärker vernetzt, hat Gerd Leonhard am Donnerstagabend im Haus der Wirtschaft in der Reihe „Denkanstöße“ von Stuttgarter Zeitung und Süddeutscher Verlag Veranstaltungen erläutert.

Herr Leonhard, die Firmen und Unternehmen stehen vor immer neuen Herausforderungen. Welche sind das?

Die großen Herausforderungen können auch als Chancen gesehen werden. Besonders in mittelständischen Unternehmen können die neuen Technologien Ersparnisse und Vorteile bringen, wenn sie richtig eingesetzt werden. Durch Online-Marketing in sozialen Netzwerken beispielsweise erreiche ich schnell und kostengünstig viele Menschen. Und auch Crowdsourcing kann als Strategie eingesetzt werden. Allerdings verschmelzen die Märkte auch immer mehr, und durch neue Technologien verringern sich die Abgrenzungen zu anderen Unternehmen.

Wie kann man am besten auf diese Entwicklungen reagieren?

Ich halte viel davon, die neue Technik zu umarmen und zu verstehen. Man sollte allerdings dabei nicht vergessen, auch einen kritischen Blick auf die Dinge zu werden. Mein Leitspruch ist deswegen: Business is human. Das Geschäft ist keine Maschine, gerade in unseren Zeiten ist es wichtig, die menschlichen Benefits zu erhalten – denn damit kann viel mehr gepunktet werden als mit Online-Marketing. Es geht also um eine gute Präsentation der eigenen Marke und dem Vertrauen der Kunden. Die zwischenmenschliche Beziehung spielt eine große Rolle dabei.

Werfen Sie einen Blick in die Zukunft – was wird sie bringen für die Geschäftswelt?

Durch die Vernetzung entstehen viel mehr Möglichkeiten. Für die Kunden wird die Transparenz größer – das bedeutet aller-

dings dann auch, dass sie mehr und besser vergleichen und sich so die besten Produkte raussuchen können. Außerdem werden wir in wenigen Jahren das Internet weitgehend mobil benutzen – rund 80 Prozent des Datenverkehrs werden dann über Tablets und Smartphones laufen.

Was bedeutet das für die Unternehmen?

Wer nicht mobil mit seinem Marketing unterwegs sein wird, ist dann quasi tot.

Wenn die Inhalte und Werbemaßnahmen nicht da sein werden, existieren die Firmen nicht mehr. Das Marketing wird sich komplett verändern: Alles muss schneller und offener werden. So, wie

wir jetzt Werbung kennen, hat sie keine Zukunft – Fernsehwerbung beispielsweise wird es in wenigen Jahren gar nicht mehr geben. Trotzdem wächst die Werbebranche weiter, aber in neue Richtungen. Werbung wird zu Inhalten werden, also Sponsored Advertising zum Beispiel. Früher hat Werbung mit viel Krach funktioniert, darauf kommt es heute nicht mehr an.

Das Gespräch führte Dominika Jaschek.

StZ-Aktion

Heute:
Gerd Leonhard

Denkanstöße



Der Futurist und Zukunftsberater Gerd Leonhard hat im Haus der Wirtschaft gesprochen.
Foto: Lichtgut/Max Kovalenko