

Ein Dinosaurier als Concierge

TRENDS IM FRANCHISING Wie künstliche Intelligenz und Robotik ihre Fähigkeiten vermehrt in der Dienstleistungsbranche entfalten, beschreibt Veronika Bellone im ersten Teil ihres Trendreports. «Ghost-Services für KMU» lautet der Titel des zweiten Teils in der kommenden Ausgabe.

VON VERONIKA BELLONE*

■ Vielleicht erinnern sich einige von Ihnen an den Film «Blade Runner», der 1982 in die Kinos kam und mittlerweile zum Kultfilm mutiert ist. Mutiert sind darin auch Menschen, die in Form von Replikanten (künstlichen Menschen) neue Welten erobern sollen, da die Erde keine lebenswerte Zukunft mehr verspricht. Los Angeles 2019, stellvertretend für das Weltuntergangsszenario mit Überbevölkerung, Klimakatastrophen und Dekadenz, bildet den Handlungsort.

So übertrieben und utopisch dies auch klingen mag, einiges hat durchaus schon 2017 realistischen Charakter. Abgesehen von global vorhandenen Umwelt- und Gesellschaftsproblemen haben Künstliche Intelligenz und Robotik in diversen Branchen Einzug gehalten.

Mensch gegen Maschine

Die Replikanten im Film sind mit einem grösseren Repertoire an geistigen und physischen Qualitäten ausgestattet als ihre menschlichen Protagonisten und ebenso in der Lage, eigene Emotionen und Ambitionen zu entwickeln. Und damit befinden wir uns in der Jetztzeit. Roboter sind im Industrie-, Bau- und Pflegebereich den physischen Kräften der Menschen weit überlegen.

Laut dem Weltbranchenverband International Federation of Robotics (IFR) werden bis 2019 mehr als 1,4 Millionen neue Industrieroboter rund um den Globus installiert und damit die Gesamtzahl auf 2,6 Millionen Einheiten heben.

Im Bereich der künstlichen Intelligenz ermöglicht «Deep Learning», dass «Computer lernen zu lernen». Bereits vor mehr als fünf Jahren gewann eine Software des Schweizer Forschungsinstituts für künstliche Intelligenz in Lugano den deutschen Wettbewerb für Verkehrszeichenerkennung. Aus 50 000 Fotos von Verkehrszeichen erkannten die künstlichen Neuronen 99,46 Prozent korrekt. Und dies, obwohl sie verdreht, halb



© starwoodmediacentre

verdeckt, im Dunkeln oder im Gegenlicht aufgenommen waren.

Mit dieser Fehlerrate von 0,54 Prozent war der Computer mehr als doppelt so gut wie eine menschliche Vergleichsgruppe. Diese lag zu 1,16 Prozent falsch (Zeit.de, 10-2016). Weitere verblüffende Leistungen lernender Software zeigte z.B. AlphaGo von Google, mit der 2016 Lee Sedol, ein Spieler der Go-Elite, besiegt wurde.

«Trinkgeld» für Roboter

Das US-amerikanische Fast-Food-Franchise-System Zaxby's setzt Computersysteme und Roboter in verschiedenen Bereichen ein (<https://www.zaxbys.com>). Im Hintergrund optimiert Hyperactive Bob, wie in vielen anderen Fast-Food-Ketten, die Prozesse bezüglich Bestellung, Wareneinsatz und Timing durch stetige Informationserfassung und Auswertungen von Kundendaten. Im sichtbaren Teil nehmen Roboter Gäste in Empfang und unterstützen den Inhouse-Service.

Die Aloft-Hotels der Starwood-Kette setzen auf Botlr, den Roboter-Butler. Rund um die Uhr bringt er Essen, Handtücher und mehr an den Bestimmungsort. Auch gegenüber «Trinkgeld» in Form von Tweets ist er nicht abgeneigt. (<http://www.alofthotelshub.com/news/botlr>).

Bereits im Juli 2015 eröffnete in Nagasaki das Henn-na Hotel mit 144 Zimmern (<http://www.h-n-h.jp/en/>). Am Empfang stehen drei Roboter – ein weiblicher, japanisch aussehender Avatar und zwei Dinosaurier, welche die Gäste mehrsprachig in Empfang nehmen. Ein weiterer Roboter nimmt die Gepäckverstaung vor. Die Zimmertüren werden mittels Gesichtserkennung aktiviert. Das Hotel verzeichnete bereits im ersten Betriebsjahr über 80 000 Gäste.

Im März ist bereits ein zweites Henn-na Hotel aufgegangen, weitere sind durch eine avisierte Franchise-Expansion in Planung. In den nächsten fünf Jahren sollen so bis zu 100 «Robot Hotels» eröffnet haben (Travelnews.ch, 31.01.2017).

Im havarierten japanischen Kernkraftwerk Fukushima werden Avatar-Kampfmaschinen bei den Aufräumarbeiten helfen. Bei der Gestaltung der Maschinen war übrigens der amerikanische Designer Vitaly Bulgarov beteiligt, der Roboter für Filme wie Terminator, Robocop und Transformer geschaffen hat (ingenieur.de, 12-2016).

Zukunft im Jetzt

Science-Fiction-Filme zeigen oftmals, woran in der Wissenschaft, vor allem im militärischen Bereich, geforscht wird und welchen Einfluss die Ergebnisse auf die Zukunft nehmen können. Und nicht nur das, auch die Auswirkungen von Megatrends wie Globalisierung, demografischer Wandel, Nachhaltigkeit u.a. werden in verschiedenen Szenarien dargestellt.

Die Aloft-Hotels der Starwood-Kette setzen auf Botlr, den Roboter-Butler.

Praxisbuch

Wer mehr über Trenderkennung und Adaption im Unternehmen erfahren möchte, dem sei auch das «Praxisbuch Trendmarketing – Innovationskreislauf und Marketing-Mix für KMU» von Veronika Bellone und Thomas Matla empfohlen, das im Februar 2017 erschienen ist.

Hardcover gebunden, 367 Seiten, ISBN 978-3-593-50662-3, Campus Verlag



Für das futuristische Erscheinungsbild des Film-Genres werden häufig Produkte des Alltags kreiert, die vielfach in einer adaptierten Form irgendwann auf den Markt kommen, zum Beispiel als neue Transport- und Kommunikationsmöglichkeiten und vieles mehr. So war der aufklappbare Communicator aus der alten Star-Trek-Serie Vorbild für das erste Mobiltelefon von Motorola.

Veränderungen ausloten

Aus den Erkenntnissen der Gegenwart und den Effekten von Megatrends wird es für Unternehmen immer wichtiger, die Veränderungen in der eigenen Branche auszuloten. Auch wenn Roboter und eine neue Mobilität vielleicht vorderhand keine Rolle spielen. Wie transformieren sich Prozesse durch die Digitalisierung? Welche Leistungen können kundenadäquat individualisiert werden und zu welchen Bedingungen? Wie haben sich die Erwartungen der Zielkunden und Franchisepartner/innen durch disruptive Geschäftsmodelle wie Uber, Airbnb, Khan Academy und viele mehr verändert? Fragen, die zunehmend über Erfolg und grundsätzliches Überleben von Unternehmen entscheiden.

Übrigens, im Oktober 2017 wird die Fortsetzung von Blade Runner in die Kinos kommen. 30 Jahre später, das heisst, dass die Story im Jahr 2049 spielt. Wir dürfen gespannt sein, welche Zukunftsszenarien uns erwarten. ■



*Veronika Bellone ist Geschäftsführerin der Bellone Franchise Consulting GmbH, www.bellone-franchise.com, und Professorin für Marketing an der FHNW