

Seit über 20 Jahren arbeitet **Paul Saffo** als Zukunftsforscher beim Institute for the Future in Palo Alto. Er ist der gefragteste Trendscout im Silicon Valley und beschäftigt sich mit den Auswirkungen des Technologiewandels für die Unternehmen. Saffo berät viele US-Konzerne, aber auch die Stanford-Universität und den südkoreanischen Unterhaltungselektronik-Multi Samsung.

Wo kommen Sie gerade her, Paul?

Von der Stanford-Universität. Ich unterrichte dort Ingenieure. Eine kleine, aber feine Klasse, 18 Studenten.

Was bringen Sie denen bei?

In die Zukunft zu schauen, natürlich (lacht). Heute habe ich die Aufgabe für den Kurs gestellt. Ich will wissen, welche Produkte in den nächsten fünf Dekaden erfunden werden. Zur Inspiration habe ich ein paar Sachen aus Samsungs Produktplan für die nächsten zehn Jahre gezeigt. Dort bin ich Vorsitzender des Forschungsbeirats.

50 Jahre, ist das nicht zu weit weg?

Kurze Zeiträume blockieren die Kreativität. Ich will, dass meine Studenten losgelöst von der Zeit über große Durchbrüche nachdenken. Vor 50 Jahren fantasierten die Leute über Fernsehtelefone. Heute sind Videokonferenzen und Internettelefon alltäglich. Ich habe empfohlen, dass die Studenten sich erst auf 2050 konzentrieren und sich dann auf der Zeitschiene zurücktasten.

Was erwartet uns in der nächsten Dekade in Sachen neuer High Tech?

Die nächste große Industrie werden Roboter sein; Persönliche Roboter für den Hausgebrauch. Es kann noch fünf oder sieben Jahre dauern. Aber es kommt, alle Indikatoren sind da.

Woran sehen Sie das denn?

Alles was Emotionen weckt, ist interessant. Ein Indikator ist Roomba, ein kleiner Staubsauger, der mithilfe von Sensoren durchs Haus wuselt. Als er vor gut drei Jahren auf den Markt kam, kauften ihn etliche meiner Freunde, die zuvor noch nie einen Staubsauger besessen hatten. Nun schwärmen sie plötzlich von dem Staubsauger. Der Erfinder vom Roomba erzählte mir später, dass laut Marktforschung zwei Drittel der Roomba-Besitzer dem Gerät Kosenamen geben und viele ihn sogar in die Ferien mitnehmen.

... Roomba-Boomba?

Klar, der Boom ist abzusehen. Kürzlich war ich bei einer exklusiven Tagung in

einem Resort, zu der die Teilnehmer in Privatjets eingeflogen waren. Abends erwähne ich beiläufig Roomba. Da springt eine Frau wie elektrisiert auf. Sie erzählt voller Inbrunst, wie toll der Roomba ist, wie er ihr Leben verändert hat. Diese Frau hat so viel Geld, die könnte sich Ländereien kaufen und hunderte von Hausangestellten zum Saugen beschäftigen. Und doch schwärmt sie von einem Staubsaugerroboter. Da wurde mir klar: Roboter sind im Kommen.

Wann ist es so weit?

Wenn wir einen brillanten neuen Erfinder oder eine Gründerfigur vom Schlage Steve Jobs oder Bill Gates auf dem Titel von „Fortune“ sehen. Das dürfte bald sein.

Wie werden die Roboter aussehen?

Ich weiß es noch nicht. In meinem Job muss man nicht präzise sein. Es geht nur darum, den Trend zu identifizieren.

Auch der iPod liegt voll im Trend. Warum eigentlich?

Der Trendforscher Paul Saffo späht heute schon aus, mit welchen High-Tech-Goodies wir morgen spielen werden.



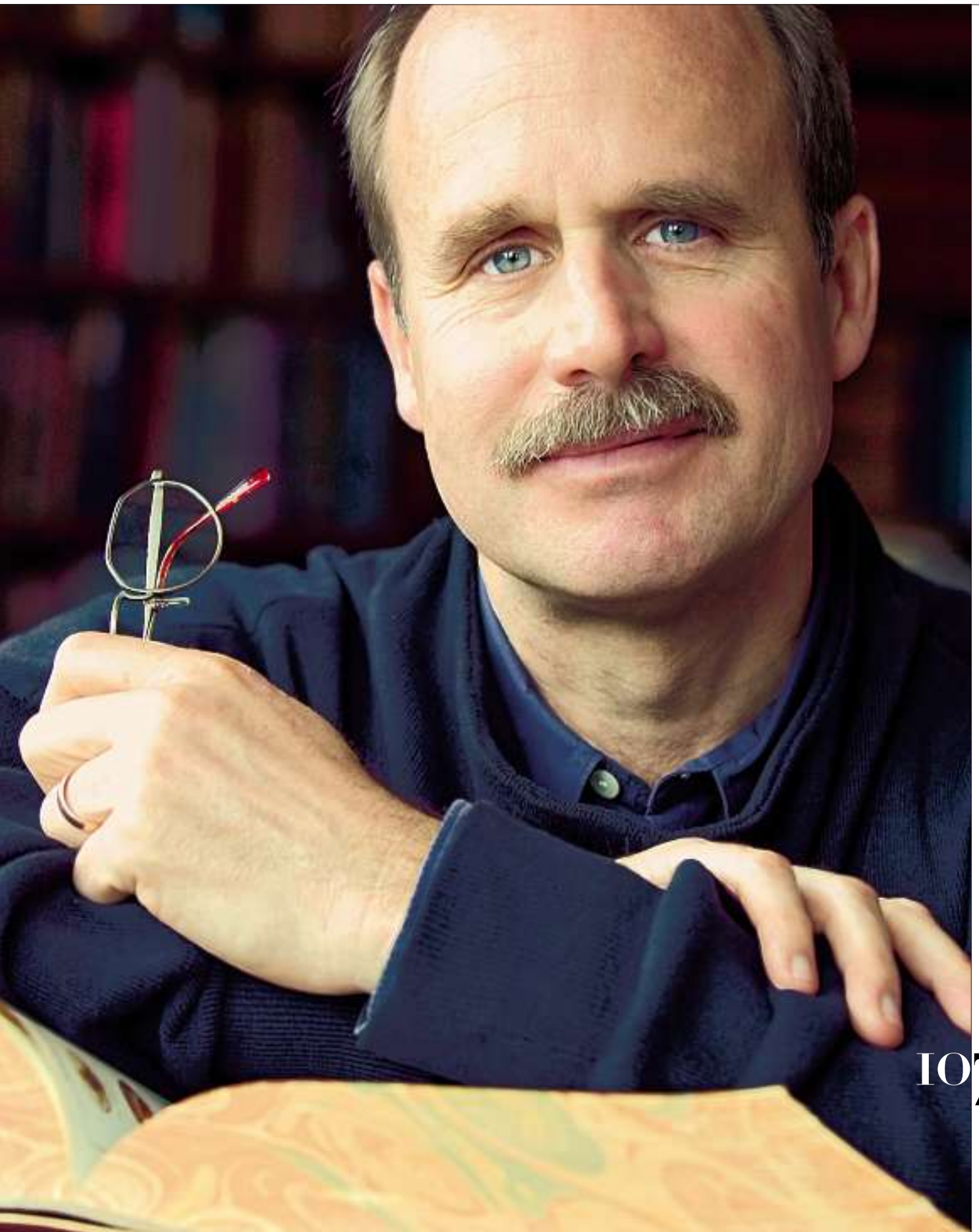


Foto: Mikkel Aaland

Weil er kein Produkt, sondern ein System ist. Ohne das Online-Geschäft iTunes, wo man Songs einkaufen kann, wäre der iPod ja nur ein weiterer hübscher MP3-Player. Apple liefert aber ein ganzes Erlebnispaket – ein ganzes System von Diensten. Ich kann nicht nur Musik online kaufen, sondern auf die Web-Seite von Stanford gehen und mir Vorlesungen als Podcast herunterladen.

Man kauft also nicht nur ein Gerät?

Wir kaufen nicht mehr nur Geräte, wir abonnieren Dienste, wie beim Mobiltelefon: Wenn man nicht den Dienst dazu kauft, ist es nutzloser Ballast. Auch Autos werden zunehmend inklusive kostenlosen Werkstattservice verkauft. Das beste Beispiel ist Citarshare.org. Da bekommt man den Wagen im

kam der Konzern immer mit verrückten eigenen Standards wie der MiniDisc und mit vertracktem Kopierschutz heraus. Die Konzernsparten bekriegten sich auch untereinander... bis Apple des Wegs kam.

Jetzt spielen iPods auch Video ab. Ist das ein Trend, der sich hält?

Es wird riesige Veränderungen bei Musik und Video geben. Aber der Video-iPod ist nur so instrumental wie der Hitzeschild am Raumschiff: Man braucht ihn, um von einer Sphäre in eine andere einzutreten. Er ist wieder einmal ein neuer Bildschirm für den Medienkonsum: Der erste war das Kino. Dann kam Fernsehen, und jeder behauptete, das Kino sei tot. Unsinn, das Kino erfand sich nur neu. Dann kam der PC als drit-

Kauft Geräte, die für einen bestimmten Zweck gut sind. Kauft nicht die digitale Version des Schweizer Taschenmessers. Ein Schweizermesser ist wirklich fantastisch (holt eins heraus). Die Säge sieht cool aus. Aber würde ich sie nutzen, wenn ich eine richtige Säge zur Hand habe? Nie! Solche Funktionitis wird uns noch lange plagen. Vielleicht legt sie sich, wenn die Geräte billiger werden. Mobiltelefone sind ja Modeartikel. Viele kaufen sich ein neues Handy nicht wegen seiner technischen Features, sondern weil es wieder mal ein neues Design gibt.

Ersetzt das Handy je den Laptop?

Ich glaube es nicht. Das ist wieder so eine verrückte Idee von Ingenieuren. Aber wir befinden uns im digitalen

Die nächste große Industrie werden die persönlichen Roboter sein

Abonnement. Davon werden wir mehr sehen.

Warum schaffte Apple, was andere nicht auf die Reihe brachten?

Unternehmen, die von Gründern vorangetrieben werden, funktionieren fundamental anders als solche, die von Angestellten gemanagt werden. Bei Apple glauben die Leute an Steve Jobs. Dadurch kann er höhere Risiken eingehen. Ohne den iPod, nur als PC-Hersteller hätte Apple ein großes Problem gehabt. Jobs wettete Haus und Hof auf den iPod. Das geht im Konzern nicht.

108

Als langjähriger Eigentümer des Trickfilmstudios Pixar im kalifornischen Emeryville wird er auch als Kreativer respektiert. Nur so konnte er die Musikindustrie zum Online-Geschäft überreden.

Ohne charismatische Gründer keine neuen Bestseller?

Das gilt nicht immer. Zuweilen schaffen es auch Konzerne. Bei Samsung startete ein einzelner Mitarbeiter vor 15 Jahren das Speicherchip-Geschäft. Heute ist es Grundlage für Produkte wie den iPod nano oder Digitalkameras.

Und was sagen Sie zu Sony?

Am besten nichts. Oder doch? Sony hat gewaltige interne Probleme. Sony ist mehr mit sich selbst als mit dem Wettbewerb beschäftigt. Im Musikgeschäft

ter Bildschirm, der das Fernsehen nicht ersetzte, aber neue Genres kreierte: Videospiele, die das nächste Hollywood sind. Die herunterladbaren Filme für den iPod werden die Branche wieder einmal neu erfinden. Für die Mikrobildschirme wird es Clips geben, die man sich schnell hereinzieht.

Was bedeutet das für die Unterhaltung im Wohnzimmer?

Die Schlacht ums Wohnzimmer kommt als Nächstes. Ich wette, das Steve Jobs so etwas wie eine Set-Top-Box erfinden wird, mit der sich jeder sein eigenes Video-Programm basteln kann. Er hat ja eine Menge Mäuler zu stopfen, das schafft er nicht allein mit einem Handheld-Videoplayer. Es muss schon was richtig Großes sein. Aber etwas, mit dem jeder so einfach zurechtkommt wie mit dem iPod.

Wirklich? Die Geräte werden doch eher komplexer. Ändert sich das?

Generell nein. Doch daran sind die Käufer oft selbst schuld; die stehen sich oft selbst im Weg: Was sie kaufen, ist fundamental anders als das, was sie wirklich nutzen wollen. Sie erwerben möglichst viele Funktionen in einem Gerät. Ein Fax-Drucker-Kopiergerät ist ein Unding und treibt uns oft zur Verzweiflung. Aber wer gibt sich heutzutage mit einem schlichten Faxgerät zufrieden?

Was raten Sie?

Kambrium, in einer Phase, wo es eine Explosion vieler neuer Formen gibt, neue Geräte, Dienste, Funktionen. Es mag Leute geben, die ihr Handy als Laptopsersatz nutzen. Aber es wird Geräte für jeden Geschmack geben, und jeder kann sie nach Gusto nutzen.

Haben Sie die Zukunft auch schon einmal falsch vorhergesagt?

Ich kann nicht in die Zukunft schauen. Ich beschäftige mich mit Wahrscheinlichkeiten, potenziellen Trends und wende zu deren Beurteilung gesunden Menschenverstand an. Viele machen den Fehler, dass sie nur auf die Dinge schauen, die sich ändern. Dabei kommen so wilde Vorhersagen heraus wie persönliche Hubschrauber. Wichtiger ist es, zu beobachten, was sich nicht ändert. Etwa menschliche Gewohnheiten. Man sollte nicht der Versuchung erliegen, Dinge so zu prognostizieren, wie man sie haben möchte. Ich hatte das Glück, bei vielen Dingen richtig zu liegen. Aber es waren natürlich auch einzelne Ausreißer dabei.

Nennen Sie uns einen?

Für die Mitte der Neunzigerjahre hatte ich zum Beispiel das Entstehen einer ganz neuen Gesellschaftsschicht prognostiziert: die so genannten Cyberpunks, also eine Art Beatniks der Computerära. Ich warte heute noch auf sie. ■

MATTHIAS HOHENSEE