

Digital

Künstliche Intelligenz, Automatisierung und digitale Ethik: Welche Entscheider brauchen wir in einer transformierten Welt, Gerd Leonhard?

Wie verändert die Digitalisierung die Arbeitswelt und womit sollten sich Entscheider in der Wohnungswirtschaft beschäftigen, wenn es um die digital getriebene Veränderung der eigenen Branche geht? Und wer hat das Sagen in einer durch „Künstliche Intelligenz“ zunehmend automatisierten Welt? Im Interview mit der „Wohnungswirtschaft heute“ sagt der Futurist, Zukunftsberater und Buchautor Gerd Leonhard, worauf zu achten ist – und wohin die Digitalisierung seiner Meinung nach führen wird.



Gerd Leonhard. Foto: Gerd Leonhard (TheFuturesAgency)

Herr Leonhard, in der jüngeren Vergangenheit ist im Zuge digitaler Transformationen oft von der Disruption die Rede gewesen. Ist Ihrer Ansicht nach die schnelle Veränderung von Branchen, Geschäftsmodellen und Arbeitsweisen tatsächlich zielführend – oder brauchen wir eher eine Balance zwischen Tradition und Innovation?

Gerd Leonhard: Das ist eine gute Frage. Ganz sicher ist es so, dass Branchen unterschiedlich gut darauf vorbereitet sind, was sich bei ihnen ändert – und manche haben die Veränderungen schon durchlebt. Im Business-to-Business-Bereich zum Beispiel tun sich die Unternehmen oft noch schwer. Einige Banken und auch Versicherungen haben dagegen schon erkannt, dass sie etwas tun müssen, und sind derzeit dabei, sich an die Digitalisierung anzupassen. Danach werden die Branchen Energie und Transport folgen, denn das Thema Mobilität verändert sich derzeit sehr schnell. Und natürlich ist auch die Immobilienwirtschaft davon betroffen – hier sind die Veränderungen aber nicht so umwälzend wie zum Beispiel in der Musik- und Medienbranche, weil Bauen und Wohnen etwas Physisches ist, das auch durch die Digitalisierung sein Wesen nicht verändert. Aber die Prozesse, die in der Wohnungswirtschaft das

Zur Person:

Gerd Leonhard ist Futurist, Keynote Speaker und Autor. Er hat den digitalen Wandel hautnah als Gitarrist und Produzent in der Musikbranche erlebt und im Zuge der rasanten Entwicklung des Internet mehrere Start-ups im Bereich digitale Musik und Medien auf den Weg gebracht. Heute ist er ein gefragter Redner und Zukunftsberater. Sein aktuelles Schwerpunktthema: Was muss getan werden, damit auf Basis einer digitalen Ethik die digitale Zukunft sozialverträglich gestaltet werden kann?

Geschäft ausmachen, die müssen natürlich neu ausgerichtet werden.

An einer Schnittstelle werden Wohnungswirtschaft und selbst Bau- und Konstruktionsfirmen die Veränderungen aber sehr wohl schnell spüren und darauf reagieren müssen: Der 3-D-Druck hat längst eine Relevanz auch in diesen Bereichen erlangt, dass wir nicht mehr von Science-Fiction, sondern von Science Fact sprechen müssen, wenn es darum geht, Konstruktionsteile mit neuen Fertigungsmethoden zu produzieren oder Modelle zu erstellen.

Ein erkennbar großes Veränderungspotenzial sehe ich im Konzept der Smart Cities, in denen digitale Services und neue, auch autonome Technologien das Leben in Städten spürbar verändern werden. Halb-

und vollautonome Fahrzeuge – digital und mobil bei Sharing-Services gebucht – werden zu neuen Formen der Mobilität führen. Und die Erkenntnis, dass die nachwachsenden Generationen keine Fahrzeuge mehr besitzen, sondern eher benutzen möchten, berührt demzufolge auch Konzepte der Immobilienwirtschaft und der Stadtplaner: Künftig werden die Städte von einer erheblichen Zahl an Parkplätzen bzw. Parkhäusern befreit werden.

Worauf sollten Unternehmen achten, wenn es darum geht, die eigenen Mitarbeiter in neue Zeiten mitzunehmen – Datenschutzbeauftragte haben wir schon, braucht es künftig auch einen Zuständigen für digitale Ethik, der Orientierung gibt?

Gerd Leonhard: In der Tat brauchen wir kompetente Berater und weise Entscheider, die nicht nur die technologischen Veränderungen, sondern die sozialen und kulturellen Implikationen der Digitalisierung abschätzen und darauf reagieren können. Sie müssen die Fragen beantworten: Wie nehmen wir die Mitarbeiter mit? Wie gehen sie mit den Veränderungen um? Und welche Unterstützung brauchen sie im Wandel? Das Büro von heute ist in der durchdigitalisierten Arbeitswelt nicht mehr nötig. Neue Konzepte zur beruflichen Mitwirkung auch von zu Hause sind gefordert – denn alle relevanten Daten für viele Aufgaben befinden sich in der Cloud und sind so von überall aus verfügbar. Das bringt Beschäftigungsmodelle und traditionelle Ökosysteme sehr bald durcheinander. Hier brauchen wir das richtige Mindset bei Entscheidern, die begreifen, dass die Zukunft nicht die Verlängerung des „Heute“ ist, sondern wirklich etwas ganz Neues bedeutet. Was wir heute in Deutschland in vielen Branchen leisten, ist mitunter schon nahezu perfekt – es ist aber oft nicht zukunftsorientiert. Unternehmen verbrauchen zu viel Zeit mit dem, was ist, und nicht mit dem, was sein wird. Das wäre aber für eine nachhaltige Innovationsfähigkeit das bessere Vorgehen. Schauen wir nach China: Von diesem Land und seiner Wirtschaft herrscht bei vielen noch das Bild vor, man sei dort vor allem gut im Kopieren von Ideen und Produkten. Tatsächlich ist es ganz anders, China ist schon lange aus sich selbst heraus innovationsfähig und baut sogar auf Feldern wie 3-D-Drucken einen Vorsprung auf. Ob die resultierenden Innovationen aber auch international ausgerollt werden, ist fraglich, denn der chinesische Binnenmarkt ist groß genug. Dennoch gilt, dass nicht nur das Silicon Valley der Treiber der digital geprägten Innovationen ist, sondern auch China.

In den USA und in China ist man eher bereit auszuprobieren, wie sich digitale Geschäftsmodelle und traditionelle Branchen zusammenbringen lassen. Beim Carsharing haben wir das jetzt schon auch bei uns erkennen können – Mercedes gehört car2go, BMW DriveNow. Wir werden vielleicht sogar so etwas wie ein „Spotify für Autos“ erleben, also neue, digital gestützte Subskriptionsmodelle, die die Definition von „Besitz“ radikal verändern werden. Airbnb ist hier vielleicht ein ähnlicher Impuls für die Immobilienwirtschaft.

Künstliche Intelligenz ist ja ein zentrales Thema im Zuge der Digitalisierung. Welches Szenario halten Sie für wahrscheinlich – wird sich die Arbeitswelt durch intelligente Automatisierung schon bald spürbar verändern? Wo liegen die Potenziale und die Risiken in einer solchen Veränderung?

Gerd Leonhard: Die Weiterentwicklung der Künstlichen Intelligenz wird dafür sorgen, dass zum Beispiel in zwei bis drei Jahren digitale Sprachassistenten etwas völlig Normales sein werden – in der Freizeit, bei der Arbeit und in der Service-Kommunikation. Alles, was als Routine immer wiederkehrend erledigt werden kann, werden Maschinen lernen und erledigen können. Dienstleistungen können dadurch schneller und preiswerter werden.

Auch hier sorgen verknüpfte Services und Branchen für neue Szenarien: Es wird so etwas geben wie die Cloud für virtuelle Büros, in denen man seine Kollegen trifft oder in die man sich einmietet, sozusagen der digitale Coworking Space. Wir werden eine vollständige Konvergenz von offline und virtueller Realität haben. Das wird auch die Globalisierung beschleunigen, weil auch über Ländergrenzen hinweg die Zusammenarbeit von Mitarbeitern neu gestaltet werden kann. Hier entstehen neue, digitale Konkurrenten für die Immobilienwirtschaft: Plattformen statt Vermieter sorgen in diesem Szenario für die Bereitstellung des Arbeitsplatzes oder „Büros“, die Errichtung von Bürogebäuden ist hier nicht nötig und traditionelle Geschäftsmodelle müssen entsprechend angepasst werden.

Allerdings sollte man ehrlicherweise zum heutigen Zeitpunkt zum Thema „Künstliche Intelligenz“ einräumen, dass über 90 Prozent der diesem Feld zugeschriebenen Services eher unterstützende denn wirklich intelligente Systeme sind. Dennoch sind sie sehr gefragt, sie sind sozusagen die „low hanging fruit“ der Künstlichen Intelligenz, die schon jetzt genutzt werden kann. Die Entwicklung wird aber sehr wohl voranschreiten: Automatisch fahrende Züge werden die Regel werden, Callcenter werden durchautomatisiert werden – allein schon aus ökonomischen Beweggründen heraus.

Skeptiker sehen hier potenziell eine Bedrohung, weil irgendwann die digitalen Systeme sich gegen uns wenden könnten und über unsere Köpfe hinweg entscheiden. Die digital getriebene Automatisierung ist aber keine existenzielle Bedrohung durch einen „intelligenten Gegner“ – sie ist vielmehr eine erkennbare soziale Gefahr. Denn wenn wir durch die Digitalisierung viele Prozesse automatisieren, stellt sich die Frage: Was machen die Mitarbeiter mit der freigewordenen Zeit? Wie wirkt sich das auf vertraglich festgelegte Arbeitszeiten aus, welche neuen Entlohnungsmodelle müssen wir uns überlegen und wen bezahlen wir künftig für welche Tätigkeit in einer digitalisierten Welt? Langfristig jedoch müssen wir so, wie wir heute Atomwaffen und Gentechnik regulieren, auch einen Weg finden, Künstliche Intelligenz und den Schutz personenbezogener Datenströme in den Griff zu bekommen. Unternehmen wie Google und Facebook, die auf diesen Feldern die Entwicklung vorantreiben und deren Services von einem erheblichen Anteil der Weltbevölkerung genutzt werden, agieren so gesehen bislang unreguliert. Wir brauchen künftig in Unternehmen aller Branchen Entscheider, die auch die globalen Veränderungspotenziale der Digitalisierung zumindest verstehen und für ihren eigenen Bereich die richtigen Entscheidungen treffen können. Diese Entscheider sind dann in der Lage, die richtigen Instrumente auszuwählen, um Prozesse digital so zu optimieren, dass die Vorgehensweise auch einer gewissen digitalen Ethik folgt.

Herr Leonhard, vielen Dank für das Gespräch.



Aareon Kongress: 6. bis 9. Juni 2018. Hier per [KLICK](#) zum Programm und zur Anmeldung



Im Dienste der Wohnungswirtschaft

Die Wohnen Plus Akademie wurde 1990 von Robert Koch gegründet mit dem Ziel, die gemeinnützigen Bauvereinigungen durch praxisnahe Aus- und Weiterbildung zu unterstützen. Rasch konnten anerkannte ExpertInnen aus der Branche als Vortragende für Aus- und Weiterbildungsaktivitäten und andere Formate gewonnen werden. Vieles hat sich seither verändert: Die Wohnen Plus Akademie präsentiert sich heute als eigenständige GmbH mit einem großen Netzwerk von ExpertInnen, TrainerInnen, KooperationspartnerInnen und FörderInnen. Die Zusammenarbeit mit Universitäten und neue Themen bereichern das Angebot. Gleich geblieben ist das Verständnis für unsere Aufgaben: sich mit den aktuellen Fragen der Branche auseinanderzusetzen und praxistaugliche Antworten darauf zu geben.