

Y&R GROUP SWITZERLAND

TRENDS 2014

GAME CHANGERS

DIE ANDERSDENKER

Dropbox 200 Mio. User
1 Mrd. Files pro Tag

airbnb 600'000 Inserate
in 192 Ländern

PayPal \$180 Mrd.
totaler Wert aller Transaktionen
2013

nest GOOGLE ZAHLT
\$3.2 MRD.
FÜR INTELLIGENTEN THERMOSTAT

阿里巴巴 Alibaba.com
(Umsatz amazon.com 2013: 74.4 Mrd.)
\$420 Mrd.
Erwarteter Umsatz 2014

grand theft auto \$800 Mio.
UMSATZ IN DEN ERSTEN 24H

1.5 Mrd. playlists auf Spotify

VICE 6X MEHR ALS DIE WASHINGTON POST

\$1000 für 1 private Drohne inkl. Überwachungskamera

3DR

Game Changer



Game Changer – die Andersdenker.

Game Changer sind innovative Unruhestifter – egal ob Start-up oder Grossunternehmen, egal in welchem Bereich. Sie forcieren die Zerstörung der alten Ordnung zur Schaffung einer neuen. Kurz: Sie sind Querdenker mit grossen Ideen, Herausforderer des Etablierten. Sie spielen das Spiel nicht mit, sondern erfinden es neu. Sie sehen Märkte voller unbegrenzter Möglichkeiten, die sie zu ihrem Vorteil neu kombinieren und definieren.

Die Stellhebel können dabei völlig verschieden ausfallen: als Produktinnovation, wie bei Dyson, in einem neuen System-Konzept wie bei Nespresso, im Distributionsansatz wie bei Direktpionier Dell, einem verbesserten Service wie bei Zalando mit dem Gratisversand, einer optimierten User Experience wie bei Apple oder bei einem neuen Preis- und Geschäftsmodell wie bei easyjet.

Finance

Finance – Banking ist wichtig, Banken nicht.

Bankkunden sind heutzutage deutlich besser informiert, mündiger und dadurch anspruchsvoller. Gefragt sind deshalb Flexibilität, Transparenz, Geschwindigkeit und Kundennähe – alles Attribute, die tendenziell nicht den Banken zugeschrieben werden. Dies öffnet Tür und Tor für Game Changer, welche den Kunden in den Bereichen Zahlen, Sparen, Anlegen und Finanzieren attraktive Alternativen bieten, die einfacher, transparenter und günstiger sind. Viele dieser Dienstleistungen kommen von Start-Ups, die losgelöst von starren Organisationsstrukturen dynamischer am Markt agieren. Mobile und social bilden dabei oft einen integralen Bestandteil.

Moven ist ein rein mobil-basiertes Debit-Kundenkonto. Jede Transaktion, die ein Kunde mit Moven tätigt, wird getrackt, einer Kategorie zugeordnet und ist per Mobile in Echtzeit abrufbar. Moven ist aber keine Bank, sondern ein Service, der am Bedürfnis der Kunden anknüpft, ihre Ein- und Ausgaben besser kontrollieren zu können. Für die Abwicklung der Transaktionen greift Moven auf die Infrastruktur einer klassischen Bank zurück. Dadurch wird die potentielle Gefahr für traditionelle Banken deutlich: Durch Services wie Moven verlieren sie den direkten Zugang zu den Kunden und werden auf die Funktion des Zulieferers von Banking-Dienstleistungen reduziert.

Weitere Beispiele: **Fidor Bank** – überträgt die grundlegenden Werte von Freundschaft auf die Finanzwelt. **Zopa** – der weltweit erste «peer-to-peer» Kredit-Service. **M-Pesa** – Safaricom aus Kenya ermöglicht das Bezahlen per SMS. **Bitcoin** – virtuelle Kryptowährung umgeht Banken und Finanzbehörden.

Retail

Retail – den Zwischenhandel ausschalten

Auch der Handel schläft nicht! Viele Game Changer begegnen uns in den Läden – sowohl online als auch offline. Die spannendsten Innovationen fallen in die folgenden Kategorien: neues Geschäftsmodell, neue Technologie, neuer Verkaufstyp (e-Commerce, m-Commerce oder omnichannel), neue Philosophie oder neuer Service.

Eine häufig zu beobachtende Entwicklung ist das Ausschalten des Zwischenhandels: Händler produzieren und verkaufen mittels Online-Vertrieb direkt an den Konsumenten. So werden unschlagbare Preise garantiert. Warby Parker ist ein Pionier in diesem Feld und feiert damit grosse Erfolge: ein Konzept, das mittlerweile zum Vorbild für unzählige Start-ups geworden ist.

Alibaba ist in China – und nach mancher Definition sogar weltweit – das grösste e-commerce Unternehmen. Hunderte Millionen Kunden nutzen die drei Hauptseiten Taobao, Tmall und Alibaba.com, auf denen 7 Mio. Anbieter 800 Mio. Artikel – von Küchenutensilien bis zu Ersatzteilen für Betonmischer – anpreisen. Eindrückliche \$248 Mrd. hat Alibaba letztes Jahr umgesetzt, das ist mehr als eBay und Amazon zusammen. Aktuell steht der Börsengang der Alibaba Gruppe an. Im besten Fall erreicht das Unternehmen eine Börsenkapitalisierung von \$250 Mrd., was jene von Facebook, Samsung oder IBM deutlich übertreffen würde. Das Beispiel Alibaba zeigt, dass die Chinesen längst nicht mehr nur für die westliche Welt produzieren: aus «copied in China» wird «invented in China».

Weitere Beispiele: **Hointer** – physischer Einkauf digital aufmöbeln. **Rent the Runway** – Vermehrung von Cinderella Momenten.

Media

Media – die Erwartung von Gratisinhalten im Internet

Der uneingeschränkte und globale Fluss von vermeintlich kostenlosen Inhalten im Internet ist heute Standard. Folglich entscheiden die Konsumenten selber, welche Inhalte sie wann konsumieren wollen. Zudem hat jeder die Möglichkeit, eigene Inhalte über Plattformen wie Youtube, WordPress oder Twitter zu veröffentlichen. Klassische TV-Stationen, Radiosender und Zeitungen sind längst nicht mehr die einzigen Sprachrohre zur Bevölkerung. Vielmehr finden unabhängige Player mit neuen Geschäfts- und Distributionsmodellen ihren Platz in der Medienwelt und zeigen den Platzhirschen, wie digitale Medien funktionieren.

Netflix hat die Verbreitung von Film und TV-Inhalten Schritt für Schritt revolutioniert. 1997 bedrängte Netflix den offline DVD-Verleih Blockbuster mit ihrem online Geschäftsmodell, das den Bestellprozess für die Kunden vereinfachte und die Mietkosten für Ladenlokale einsparte. 2007

wechselte der Netflix vom DVD-Versand zum Online-Video-Streaming und wurde damals für diesen Schritt gar belächelt. Heute konsumieren mehr als 48 Mio. Nutzer monatlich über eine Milliarde Stunden Filme, Serien oder TV-Shows. Seit 2011 produziert Netflix eigene Serien, um dem Trend zum non-linearen Fernsehen gerecht zu werden, wobei alle Folgen gleichzeitig im Netz verfügbar sind.

Weitere Beispiele: **Vice** – vom schmutzigen Szenemagazin zum Medienunternehmen. **Amazon Studios** – User Generated Hollywood Movies.

Advertising

Advertising – Kunden ansprechen, statt Plätze buchen

Moderne Werbung muss effizient sein und mit minimalem Mitteleinsatz eine maximale Wirkung entfalten. Dafür ist die kreative Idee aber nach wie vor die notwendige Basis. Nur droht sie oft in der schieren Menge an Werbeimpressionen unterzugehen. Um dies zu verhindern und mit der zündenden Idee die gewünschte Wirkung zu erzielen, muss die Werbung die richtige Zielgruppe am richtigen Ort zur richtigen Zeit erreichen. Im Bereich der online Werbung hat sich dafür in den letzten Jahren ein wachsendes Ökosystem gebildet, mit dem Ziel, Impressionen in Echtzeit gezielt an relevante User auszuspielen, statt fixe Platzierungen im Voraus in relevanten Umfeldern zu buchen.

Dieser Paradigmenwechsel nennt sich Real Time Bidding. Angereichert mit Big Data können Kommunikationstreibende über virtuelle Börsen auf einzelne Werbeimpressionen bieten. Sobald ein Nutzer eine angeschlossene Webseite aufruft, wird die Impression zur Auktion angeboten. Zusammen mit Daten zur Website werden auch individuelle Informationen wie Aufenthaltsort und bisherige Cookies des Nutzers potentiellen Bietern zur Verfügung gestellt. Um die Relevanz der Impression noch besser einschätzen zu können, werden Daten aus zusätzlichen Quellen miteinbezogen. Der gesamte Prozess vom Aufrufen einer Seite über die Evaluation und Gebotsabgabe bis hin zum Ausspielen der Werbung dauert jeweils maximal 120 Millisekunden. In diesem Business gewinnt jene Firma mit dem überlegenen Algorithmus.

Rocket Fuel ist eine 2008 gegründete Firma, die sich auf programmatisches Targeting für Display, Video und mobile Werbung spezialisiert hat. Beim kürzlich erfolgten IPO wurde das Unternehmen mit rund einer Milliarde US-Dollar bewertet. Rocket Fuel verbindet Big Data mit künstlicher Intelligenz, um den Streuverlust von online Kampagnen zu minimieren. Die Kampagnen lernen automatisch, welche Datenpunkte für die gewünschte Wirkung – von Branding bis Sales Promotion – relevant sind und den Return on Investment zu erhöhen.

Weitere Beispiele: **BlueKai** – grösster Anbieter von Targeting mit 700 Mio. Profilen. **Google** – neben AdWords auch Betreiber eines der grössten RTB Exchanges.



Gaming

Gaming – der Ursprung vieler Innovationen

Die Gaming Industrie ist extrem dynamisch, experimentierfreudig und wandlungsfähig. Oft greift sie neue Technologien in frühen Entwicklungsstadien auf und entwickelt sie entscheidend weiter. Gleiches gilt für Geschäftsmodelle. Freemium und Gamification sind Modelle bzw. Ansätze, welche insbesondere durch die Gaming Industrie populär gemacht und von anderen Industrien übernommen wurden (z.B. Spotify, Dropbox, LinkedIn). Gaming ist der Game Changer innerhalb des Entertainments. Dies verdeutlichen auch die Zahlen: Gemäss PWC wächst der Video-Gaming Markt weltweit momentan um 6.5% pro Jahr und somit fast doppelt so schnell wie die Filmindustrie, während die Musikindustrie stagniert. Das Game «Grand Theft Auto V» wiederum, brach alle Rekorde. In den ersten 24 Stunden nach Veröffentlichung generierte das Spiel einen Umsatz von \$800 Mio.; das ist mehr als jedes andere Piece of Entertainment – Musik, Film oder Game – in so kurzer Zeit davor.

Oculus Rift ist ein Head Mounted Display, welches den Markt für immersive Gaming neu definiert. Der Spieler kann virtuelle Welten erkunden, indem seine Kopfbewegungen in Echtzeit umgesetzt werden. Kürzlich wurde das Start-up von Facebook für \$2.3 Mrd. aufgekauft. Mark Zuckerberg erwartet, dass Vision und Virtual Reality nach Mobile «The next big thing» werden wird. Für ihn stellt der Kauf von Oculus Rift eine langfristige Wette auf die Zukunft der Informationstechnologie dar. Experten teilen diese Ansicht und erwarten, dass Oculus Rift nicht nur das Erlebnis des Gamings, sondern auch des Arbeitens, des Bücherlesens, des Filmeschauens oder der Face-to-Face Kommunikation nachhaltig verändern wird.

Weitere Beispiele: **Microsoft IllumiRoom** – Erweiterung des Gaming-Erlebnisses mit peripheren Illusionen im Wohnzimmer. **PrioVR** – Übertragung von Bewegungen am ganzen Körper in eine virtuelle Welt.



Technology

Technology – home, smart home

Vollautomatisierte Systeme halten Einzug in den Haushalt und gestalten so unseren Alltag einfacher, sicherer und vor allem energieeffizienter. Die Systeme werden dabei immer ausgereifter, sie lernen selbständig dazu und entwickeln sich permanent weiter. Aktuell regeln sie vor allem noch Heizung, Elektrizität und Infrastruktur, wie Fenster und Türen oder Medizingeräte.

Nest Labs Inc. ist ein Unternehmen, das intelligente, selbst lernende Raumthermostate und Rauchmelder produziert. Die Lösungen bestehen jeweils aus einer schlicht designten Hardware und einer benutzerfreundlichen Smartphone-App als Fernbedienung. Nest wurde kürzlich von Google für \$3.2 Mrd. erworben. Gemäss IDC dürfte das Internet of Things bis 2020 aus 212 Mrd. vernetzten Komponenten bestehen und einen Umsatz von \$8.8 Mrd. generieren. Neben den Endgeräten und Applikationen werden dabei vor allem die Bereiche Software, Sicherheit, Systeme und Infrastruktur von einem riesigen Wachstumsschub profitieren.

Weitere Beispiele: **Philips Hue** – individuell adaptierbares Licht-System, per Smartphone bedien- und programmierbar. **3D Robotics** – Drohnen als intelligentes Überwachungssystem für Zuhause, ab \$750. **Honda Walking Assistance Devices** – ermöglicht älteren und behinderten Menschen das Gehen.



Eigenschaften

Die verbindenden Eigenschaften der Game Changer

Die Beispiele zeigen, welche Eigenschaften und Werthaltungen Game Changer teilen:

Andersdenkend: Sie brechen mit Bestehendem, ändern die Regeln.

Rebellisch: Sie sind mutig, wagen sich mit den Grossen anzulegen, haben einen langen Atem, glauben leidenschaftlich an ihre Idee.

Handeln sinnvoll: Sie haben eine wertstiftende Vision, die das gesamte Geschäftsmodell und das Konkurrenzumfeld verändert, wollen etwas Besseres ermöglichen.

Machen es besser: Ihre Ideen sind relevant für die Menschen, sie verbessern ein bestehendes Produkt, einen Service oder ein Modell grundsätzlich oder gehen es komplett anders an.

Experimentierfreudig: Sie probieren gerne an Produkt- und Service-Modellen herum, arbeiten nach dem Trial and Error-Prinzip.

Kooperativ: Sie sind gut vernetzt, arbeiten gerne mit Partnern zusammen und pflegen einen regen internen Austausch.



ADVICO Y&R FUTURECOM wunderman

allaccess EXXTRA Y&R CONSULTING