

Webtrends, die unsere Welt verändern

Das Web verändert die Welt. Es beeinflusst unser Verhalten und die Erwartungen, die wir in Bezug auf Geschwindigkeit, Kommunikation und das Produktangebot haben. Wie sehr das Web in Zukunft Nutzererlebnis, Produktentwicklung, Gesellschaft und sogar die Denkweise von Unternehmen wandelt, zeigen die vier folgenden Trends.



DER AUTOR

Jürg Stuker
Partner
und CEO von
Namics

Das Internet verändert Wirtschaft und Gesellschaft. Umgekehrt beeinflussen die Nutzer die Entwicklung neuer Webtechnologien. Diese Wechselwirkung beschleunigt derzeit vier Entwicklungen.

Anwender: User Centered Design

Gute Kommunikation allein reicht nicht aus. Unternehmen müssen hochwertige Benutzererlebnisse schaffen. Dabei steht die konsequente Konzeption der Produkte und Leistungen als solche im Vordergrund – entlang der Bedürfnisse des vernetzten Users. Wichtiger Treiber ist die Personalisierung von Dienstleistungen und deren Skalierung, damit ehemals exklusive und teure Angebote jedem zugänglich werden. Um ein ideales Erlebnis für den User zu gestalten, muss deren Motivation technologieunabhängig verstanden und adressiert werden. Zum Beispiel möchte im Prinzip jeder offline und online sicher bezahlen können, ohne sich Kontonummern, Benutzername oder Passwort merken zu müssen. Die digitale Ergänzung der alten Welt der Bankkarten als Teil eines «Bankpakets», ist nicht das, was Menschen heute erwarten. Es sind bessere Antworten gefordert.

Produkt: Security by Design

Durch die wachsende Vernetzung wird es immer wichtiger, Produkte und Dienstleistungen inklusive aller Prozesse von Beginn an sicher zu gestalten. Das hat zwei Gründe. Einerseits lässt sich «Sicherheit» nur bedingt auf ein bestehendes Angebot nachrüsten, und andererseits verschlechtern später ergänzte Sicherheitslösungen den Lösungsraum und damit auch deren Erfolg. Im Rahmen von Security by Design

sind Produkte, Verfahren und Prozesse gefragt, die grundlegend sicher sowie nutzergerecht gestaltet sind. Dazu zählen etwa Zugangssysteme ohne Passwort, niederschwellige Authentifizierung mit zwei Faktoren oder auch Systeme, die Transaktionen mit dem Ziel validieren, Missbrauch zu erkennen und nachträglich zu korrigieren.

Gesellschaft: It's an API World

Plug-and-play lautet das Credo: Man steckt etwa eine Maus an den PC und sie funktioniert sofort und ohne Probleme. Auch im Web ist dieses simple und anwenderfreundliche Vorgehen gewünscht. Anfänger sollen mit leistungsfähigen Diensten sofort umgehen können. Positive Beispiele hierfür sind reichweitenstarke Kartenanwendungen inklusive Navigation, einfach nutzbare, multimediale Streaming-Plattformen oder Gratis-Kommunikation auf jedem Gerät weltweit. All diese Dienste existieren aber nicht nur für sich selbst, sondern lassen sich über Schnittstellen auch einfach in eigene Anwendungen integrieren. Es kommt kaum jemandem in den Sinn, eine Anwendung wie Google Maps nachzubauen, man nutzt diese einfach mit und profitiert von deren Qualität. Somit ist es auch an der Zeit, Reichweite nicht nur mit eigenen Plattformen zu erzielen, sondern die eigene Funktionalität auch über Programmierschnittstellen Dritten anzubieten. Die Bereitstellung von APIs (Applications Program Interface) zum eigenen Angebot wird künftig ein immer wichtigeres Wettbewerbsmerkmal.

Denkweise: Konzentration auf das Nichtautomatisierbare

Bilderkennung, Sprachsteuerung oder das selbstfahrende Auto zeigen eindrucksvoll, was heutzutage alles möglich ist. Robotik und die Mächtigkeit des maschinellen Lernens lassen jedoch auch die Befürchtung aufkommen, dass Menschen durch Maschinen ersetzt werden. Es ergibt daher Sinn, über menschliche Eigenschaften nachzudenken, die genau in dem Umfeld an Wichtigkeit gewinnen werden: Es braucht in Zukunft kreative und kommunikative Leute, die Bots humanisieren, die Teams orchestrieren oder die im Chaos Muster erkennen: Kreative, Kommunikationsgurus und Teamplayer. Wir müssen uns folglich auch auf das Nichtautomatisierbare konzentrieren. Nur so können wir den Wert unseres Beitrags langfristig hochhalten und uns gegenüber den Maschinen positionieren. Menschliche Eigenschaften und Leistungen als Differenzierung für Firmen. So auch im Web.

