

# BAMM!

*In Dietmar Dahmens Welt ist alles in Bewegung. Mit seinen Auftritten auf der Bühne ermutigt er die Zuhörer zu radikalen Schritten, um letztlich relevant zu bleiben. „Vom Disruptionsoffer zum Businesshelden“ lautet seine Devise.*

*Herr Dahmen, Sie haben uns eine sensationelle Nachricht aus dem Jahr 2038 geschickt, die uns natürlich alle extrem neugierig macht. Heute sind Sie für dieses Interview zurück aus der Zukunft. Verraten Sie uns doch, wie lebt und arbeitet es sich in 20 Jahren?*

*Link zu INSIDE Adidas Speed Factory: <https://www.youtube.com/watch?v=QDgqVXvyUXw>*

Die Digitalisierung stellt das INDIVIDUUM in den Mittelpunkt! Alles ist INDIVIDUELL einstellbar, veränderbar. Das Produkt passt sich an den Menschen an (Du willst dein Gesicht als Hintergrund am Handy-Screen? - BAMM! .... digital ist es schon da!) - und nicht der Mensch an das Produkt (das Auto haben wir nur in Schwarz - wenn du es nicht willst - kauf es nicht). Die Massenökonomie lebte von ANPASSUNG. Kunden müssen sich an Produktnormen anpassen („den Kühlschrank gibt es nur in 60 cm“), an Öffnungszeiten („sorry, wir schließen“), an Orte (Du kommst zu uns in den Laden, ins Büro, in die Fabrik).

**Die INDIVIDUAL-ÖKONOMIE dreht das um.** Der KUNDE treibt – das Unternehmen passt sich dem Kunden an. Produkte gibt es in immer mehr Variationen, Läden sind 24/7 offen, Arbeit kommt zu mir - statt ich zur Arbeit (Homeoffice ist normal geworden – manche Unternehmen arbeiten GANZ ohne festes Office).

Die Massen-Ökonomie lebte von der KNAPPHEIT.... ES WIRD GEGESSEN, WAS AUF DEN TISCH KOMMT! Wenn Du das Produkt, den Job, den Service willst... nimm es so wie es ist... oder hab Hunger! Die DIGITAL-Ökonomie lebt von ÜBERFLUSS.... ich mag das nicht... ich will es anders. Wenn Du willst, dass ich es kaufe – passe dich an mich an!

Wer nicht für den Kunden da ist, verliert den Kunden.

## DIE MACHT IST BEIM KUNDEN!

*Der Mensch der Massen-Ökonomie diente dem Unternehmen.*

*Die Unternehmen der Digital-Ökonomie dienen dem Menschen.*

*Der Mensch wird wichtiger, individueller.*

*Die Arbeit beginnt, wann ich will, wo ich will, – wenn ich will.*

*Wer keine Lust auf Arbeit hat – lebt von der Basisrente.*

*Wer keine Lust auf Stadt hat –*

*lebt (bei voller Connectivity) auf einem Boot.*

*Wer keine Lust auf Massenwaren hat –*

*kauft (bei voller Preis- und Qualitätsgleichheit) das individuell gefertigte Produkt!*



*Ein Supermarkt in England ermöglicht sogar DNA-basiertes Einkaufen. Beim Eintritt in den Store macht man „am Handy“ mit einem speziellen Aufsatz eine DNA-Analyse einer Speichelprobe.*

*Das Ergebnis wird aufs Smartphone gespielt. Per Scanner kann der Kunde jedes Produkt auf seine individuelle DNA-Kompatibilität prüfen.*

*Link zu Video: <https://www.youtube.com/watch?v=34oZ8MT3Kkl>*

*Blockchain, IoT, diverse Realitätsformen wie augmented, assisted oder virtual, ChatBot, Artificial Intelligence, Machine Learning, Natural Language Processing: Alles nur Buzzwords oder sind diese Services und Technologien der Schlüssel in die Welt der Zukunft?*

## DD:

**All diese Dinge sind AUSWIRKUNGEN der Digitalen Transformation.**

**Die BASIS-TECHNOLOGIE ist bei all den genannten Dingen immer die gleiche: Es ist immer die Digitalisierung! Und damit haben alle einen SUPER VORTEIL: Sie erlauben immer INDIVIDUALISIERUNG, VARIABILITÄT, DEZENTRALISIERUNG, UNTERSCHIEDLICHKEIT!**

**Sie bedeuten im Gegenzug immer das ENDE des GLEICHEN, FESTEN, ZENTRALEN, GENORMTEN.**

Zentrale Gleichheit fällt weg. Dezentrale Individualisierung kommt.

Und zwar bei allen oben genannten Punkten:

Blockchain ist der WEGFALL der ZENTRALEN EXPERTEN.

Blockchain = digital = dezentral = individuell: von smart contracts (individuelle „wenn....dann ...Verträge“) bis zum Tracken eines individuellen Diamanten oder einer individuellen Flasche Wein in der Blockchain. Das Wissen wird dezentral aufbewahrt.

Der zentrale Experte („ja..dieser Diamant ist echt“) entfällt.

Diesen Wegfall der ZENTRALISIERUNG sehen wir überall:

ZENTRALE STEUERUNG (IoT = digital = dezentra l= individuelle Steuerung).

ZENTRALE REALITÄT (A.R. = digital = dezentral = individuelle Realität).

ZENTRALE KOMMUNIKATION (Chatbot = digital = dezentral = individuelle Kommunikation).

**Die DEZENTRALISIERUNG und INDIVIDUALISIERUNG gewinnt volle Breite.**



# DD:

**Q:** Warum nehmen wir all das so schnell an?

**A:** Weil es für den Kunden BEQUEM ist!

Statt dass ich zum Experten muss, nur um etwas zu beweisen, kommt der Beweis (in Form der Blockchain) zu mir!

Statt das ICH mich an das System anpassen muss, passt das System sich an mich an.

Aus Sicht des KUNDEN: VIEL BESSER!!!

Oder anders:

**Q:** Woran kann man erkennen, dass keiner LUST auf Massenwaren hatte?

**A:** Daran, dass jeder nur so viel hatte, WIE EBEN NÖTIG!

Wir MUSSTEN ein Telefon haben,.... also kauften wir EINES, stellten es in die Mitte der Wohnung - ALLE konnten es nutzen.

Es gab EIN TELEFON für 4 Personen im Haushalt, 6 Personen in der WG 14 Studenten im Wohnheim. Das Telefon wurde SO SELTEN AUSGETAUSCHT, WIE NUR IRGEND MÖGLICH! Warum auch?

Die Telefone waren Massenfertigung und somit eh alle gleich!

Heute.... VOLL ANDERS! Wie viele Connected Devices sind in Ihrem Haushalt?...wie alt ist Ihr Handy...?

Ihr Computer...? Ihr Auto...? Wir WOLLEN das Neue...weil es SPASS MACHT...NEU ist...

ANDERS aussieht!

**Sie BRAUCHEN das neue Handy (Computer, Auto) NICHT!.... sie WOLLTEN es!**

*Was wird sich ihrer Meinung nach durchsetzen / was wird untergehen?*

# DD:

Die genannten Technologien sind also UNTERSCHIEDLICHE AUSWIRKUNGEN des immer gleichen GRUNDVORTEILS: Individualisierung!

Individualisierung gewinnt.... Massendenken verliert!

Der TREIBER ist also das BEDÜRFNIS des Menschen (nach Individualisierung, Anerkennung „Maslow... eben). Die TECHNIK ist die BEFRIEDIGUNG dieser Grundbedürfnisse.

Das BEDÜRFNIS bleibt... die TECHNIK, das Bedürfnis zu erfüllen, ÄNDERT SICH!

Wir haben das BEDÜRFNIS nach Mobilität.

Früher sind wir gelaufen. Dann geritten. Dann Kutsche.

Dann Auto. Jetzt ggf. Uber und bald ggf. Drohne oder Hyperlink.

DAS BEDÜRFNIS ist konstant.

WANDEL UND INNOVATION bezieht sich auf die TECHNIK.

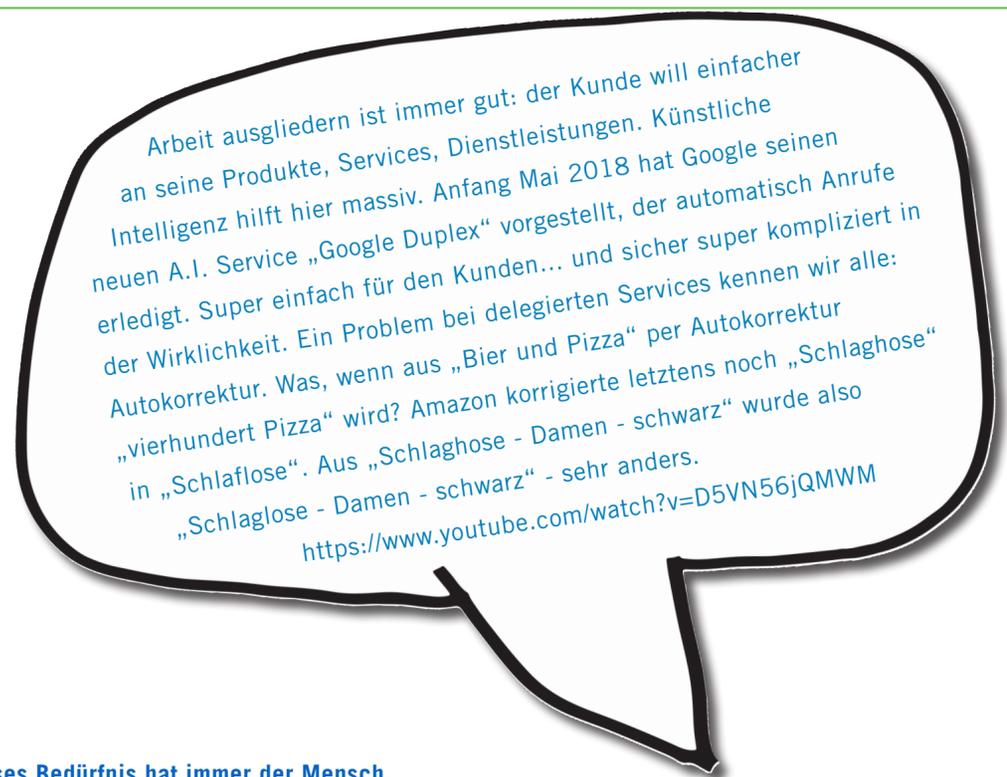
## DER TRICK:

Die Unternehmen müssen rauskriegen, welches GRUNDBEDÜRFNIS sie befriedigen. Die AUTO-INDUSTRIE befriedigt das GUNDBEDÜRFNS MOBILITÄT!

Deshalb betreiben Daimler und BMW mit Drive now und Car to go CARSHARING...

sogar mit Verbindung zu Bahn, Flugzeug etc.

Aus AUTO (technische Lösung) wird MOBILITÄT (Befriedigung eines Grundbedürfnisses).



## Dieses Bedürfnis hat immer der Mensch.

Menschen haben Bedürfnisse – Produkte nicht!

Transportunternehmen für GÜTER erfüllen also NICHT das Grundbedürfnis nach „Mobilität“. Der Stuhl, den mir das Transportunternehmen bringt, will nicht reisen. Der Stuhl hat KEIN Bedürfnis. Der MENSCH hat das Bedürfnis: Ich will einen Stuhl!

Der Job des Transportunternehmens, ist es das BEDÜRFNIS DES MENSCHEN zu befriedigen, also dafür zu sorgen, dass ich einen Stuhl habe.

Ob der Stuhl per Zug, Schiff, Bahn, LKW transportiert wird, ist mir EGAL! Er kann auch gerne in meinem Garten 3-D gedruckt werden. HAUPTSACHE DER STUHL IST DA...

Transportunternehmen und 3D-Drucker erfüllen also das GLEICHE GRUNDBEDÜRFNIS! Transportunternehmen müssen sich also auch mit 3D-Druck beschäftigen!

Zumindest dass sie sagen: MEIN UNTERNEHMENSZIEL ist es, dass Menschen Objekte, die sie brauchen, bekommen. (Und nicht: MEIN UNTERNEHMENSZIEL ist es, mit LKW auf der Straße herumzufahren).

*Worauf sollten Unternehmen setzen, um auch in 20 Jahren noch erfolgreich am Markt zu sein? Gibt es Branchen, die sich Ihrer Meinung nach stark verändern werden?*

# DD:

Unternehmen müssen erkennen, welches GRUNDBEDÜRFNIS sie erfüllen! Wenn sie eine Technik sehen, die das SELBE Grundbedürfnis schneller, einfacher, individueller, energiesparender, besser für den Planeten umsetzt: WAGEN SIE DEN SPRUNG ZUR NEUEN TECHNIK!

**Nur so bleiben Sie am MARKT! In Englisch nennt man das MISSION DRIVEN!**

Jeder Branche, die noch NICHT individuell und dezentral arbeitet, kann leichter angegriffen werden als Branchen, die das bereits tun.

**Q:** Warum sind die Branchen, die das bereits tun, besser für die Zukunft gewappnet?

**A:** Weil sie bereits jetzt FLEXIBILITÄT in ihrem Kern haben. Sie haben schon jetzt GELERNT, sich an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen. In einer VOLATILEN WELT ist FLEXIBILITÄT der EINZIGE ÜBERLEBENS-GARANT!

Wenn Sie vor 100 Jahren Kerzenhersteller waren und die Glühbirne kommt, haben sie zwei Möglichkeiten, darauf zu reagieren. CRAFT DRIVEN: Ich kann Kerzen, die Glühbirne ist besser, Glühbirne kann ich aber nicht...

ich springe aus dem Fenster!

Oder MISSION DRIVEN: Ich verkaufe Licht, die Glühbirne ist besser, ich lerne alles über Glühbirnen (oder stelle Leute ein, die sich damit auskennen) und verkaufe MEHR LICHT als jemals zuvor!

*Dietmar Dahmens natürliches Biotop ist die Bühnenshow. Der charismatische Speaker arbeitet seit über 20 Jahren in der Werbung und im Marketing. International hat er sich einen Namen gemacht als Experte für Disruption bei der European Association for Communications Agencies (EACA), Chief Innovation Officer von ecx.io / IBM Company. Bei seinen Shows schreckt er vor drastischen Effekten und Inszenierungen nicht zurück, um seine Zuhörer aufzurütteln. Ähnlich radikal sind seine Thesen, die er zusammen mit dem Digitalpionier und PR-Profi Marcus Bond in seinem Buch vorstellt. Unter dem Titel „Transformation. BAMM!“ zeigt er Strategien, mit denen man es mit der digitalen Revolution aufnehmen kann.*