

Schweizer Trümpfe ausspielen

Unser Land kann zu den Gewinnern der Digitalisierung gehören. Von Roger Wüthrich-Hasenböhler

Google, Facebook und Amazon heuern rund um die Welt Talente für künstliche Intelligenz (KI) an. Auf der anderen Seite des Globus will China die führende KI-Nation unseres Planeten werden. Wo steht die Schweiz in Sachen KI und grundsätzlich bei der Digitalisierung?

Die Schweizer Wirtschaft hat die Bedeutung von KI lange unterschätzt. Allerdings werden die Aktivitäten an Schweizer Hochschulen mittlerweile verstärkt. Dies ist entscheidend, um die benötigten Fachkräfte auszubilden. Denn gefragt sind unter anderem Spezialisten für Datenanalyse, Roboter oder Drohen. Und wie steht die Schweiz zu KI? Gemäss der Global Digital Operations Study 2018 von PwC arbeiten global 15 Prozent der Unternehmen mit KI, in der Schweiz sind es lediglich ein Prozent. Es besteht also Aufholbedarf. Allerdings gibt es auch Beispiele, die optimistisch stimmen: Der Industriekonzern ABB gilt weltweit als zweitgrösster Hersteller von Industrierobotern, die dank künstlicher Intelligenz autonom arbeiten. Der Pharmakonzern Roche setzt auf Wachstum mit KI-basierten Softwarelösungen zur Diagnose von Krebserkrankungen. Mit der zunehmenden Verbreitung von KI wird auch die Spracherkennung immer wichtiger. Für uns heisst das: KI muss Schweizerdeutsch lernen. Die Tech-Giganten entwickeln Spracherkennungssysteme vor allem für die meistgesprochenen Sprachen der

Welt – Englisch und Chinesisch. Bei Swisscom arbeiten wir an der Dialekterkennung. Das hilft etwa Kunden, welche die Hotline anrufen. Statt mühselig durch ein Tasten-Labyrinth zu navigieren, können sie in Zukunft einfach sagen, was ihr Anliegen ist, und schon werden sie mit der richtigen Stelle verbunden.

Starke Trümpfe für die Schweiz

KI ist natürlich nicht der einzige Erfolgsfaktor einer gelungenen digitalen Transformation. Vielmehr braucht es ein gekonntes Zusammenspiel von Technologien: Vernetzung, leistungsfähige und sichere Datenübertragung sowie Cloud Computing bilden dabei das Rückgrat. So können innovative Ansätze wie Blockchain, das Internet of Things (IoT) und KI in neue Geschäftsanwendungen überführt werden. Die Schweiz hat weltweit eine der besten ICT-Infrastrukturen. Im OECD-Vergleich investiert sie am meisten pro Kopf in ihre Netze. Mit jährlichen Investitionen von rund 1,7 Milliarden Franken in IT und Infrastruktur sorgt insbesondere auch Swisscom dafür, dass Städte, Agglomerationen und ländliche Gebiete von einem leistungsfähigen Netz profitieren. Bereits sind über 3,95 Millionen Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband und somit mit Geschwindigkeiten von mehr als 50 Mbit/s erschlossen. Im Mobilfunkbereich profitieren mittlerweile 80 Prozent der Schweizer Bevölkerung von Geschwindigkeiten bis zu 300 Mbit/s. Der Ausbau geht rasant weiter. Per Ende 2018 wird Swisscom die neueste Mobilfunk-Generation 5G punktuell einführen. 5G ist entscheidend für die Digitalisierung der Industrie. Der erfolgreiche Test von



Blick in die Zukunft: 5G spielt eine zentrale Rolle bei der Digitalisierung der Schweiz.

Swisscom

Swisscom und dem Medizinaltechnikhersteller Ypsomed zeigt, dass mit 5G die gesamte Prozesskette digitalisiert werden kann. Von der Anlieferung der Rohstoffe über die Fertigung der Produkte bis hin zur Bereitstellung und Auslieferung wird alles digital überwacht und die Ware im gesamten Produktionsprozess verfolgt. Die Vernetzung von Dingen hat ebenfalls an Dynamik gewonnen. 2016 hat Swisscom als eine der weltweit ersten Anbieterinnen den nationalen Ausbau eines komplementären IoT-Netzes abgeschlossen. Sie spannt dabei mit der Post und den SBB zusammen. Dank deren Standorten kann sie das Netz rasch verdichten. So ist zum Beispiel nachvollziehbar, wenn eine Sendung unerlaubt geöffnet wurde.

Oder temperaturempfindliche Pakete schlagen Alarm, wenn sie zu heiss werden.

Schulterschluss für die Schweiz

5G und IoT werden auch bei Cargo sous terrain – einem Projekt der grossen Schweizer Logistikunternehmen – eine zentrale Rolle spielen. Das unterirdische Megaförderband für Güter liefert Pakete 24/7 vom Check-in zum Ziel. Damit dies reibungslos funktioniert, braucht es eine elektronische Nachverfolgung, und damit ein stabiles Netz. Swisscom wird hier ihr umfassendes Know-how einbringen. Bei der digitalen Identität werden ebenfalls Kräfte gebündelt: Ein breites Konsortium aus SBB, Post, Swisscom, Banken sowie weiteren strategischen Partnern ar-

beitet gemeinsam an einer Lösung für die Schweiz. Die digitale ID soll 2019 kommen. Dass ein Schulterschluss von kompetenten Akteuren zielführend ist, zeigen auch die Projekte im Rahmen der «digitaliswitzerland challenge»: So haben etwa der Kanton Zug und Swisscom den Beweis erbracht, dass der Gründungsprozess einer Firma dank Blockchain auf drei Stunden verkürzt werden kann. Ebenfalls dank Blockchain soll es für KMU leichter werden, neues Kapital aufzunehmen.

Diese Beispiele zeigen: Die Digitalisierung der Schweiz nimmt Fahrt auf. Unser Land hat gute Voraussetzungen, zu den Digitalisierungsgewinnern zu gehören. Gemäss einer Studie von Deloitte und BAK Economics zur digitalen Innovationsfähigkeit von 35 Ländern haben wir eine Spitzenposition bezüglich talentierter Arbeitskräfte sowie Investitionen in digitale Innovationen und Patente. Dies insbesondere in Branchen wie Pharma, Chemie und Maschinenindustrie. Allerdings gilt es aufzuholen bei der Rate von Unternehmensgründungen. Entsprechend müssen wir die Kooperationen zwischen Unternehmen, Hochschulen und Start-ups ausbauen und mit einer zurückhaltenden Regulierung neue Geschäftsmodelle ermöglichen. Gelingt uns das, können wir die Digitalisierung mit viel Selbstvertrauen angehen. So müssen wir auch den Blick nach Ost und West nicht scheuen. Ganz nach dem Motto: «Wir bleiben dran, lernen von den Trendsettern und setzen es passend für die Schweiz um.»

Roger Wüthrich-Hasenböhler ist Chief Digital Officer bei Swisscom.

Geissel der Ungleichheit

Über Verteilung, Fairness und Akzeptanz. Von Thomas Straubhaar

Viele Menschen fühlen sich von der Politik unfair behandelt. Doch ist die Welt tatsächlich so ungerecht? Klar ist: Die Schere zwischen arm und reich hat sich nicht geschlossen.

Manchmal hilft ein Blick auf die Fakten. So präsentiert Branko Milanovic in seinem auch auf Deutsch erschienenen Bestseller «Die ungleiche Welt» überzeugende Belege dafür, dass im Zeitalter der Globalisierung die Ungleichheit zwischen den Volkswirtschaften eher geringer, innerhalb der Volkswirtschaften jedoch eher grösser geworden ist. Und auch wenn die Welthandelsorganisation in ihrem Welthandelsbericht 2017 darauf verweist, dass weniger die Globalisierung als vielmehr der Technologiewandel die Ursache für das Öffnen der Wohlstandsschere war, zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen Nord und Süd, westlicher und östlicher Welt, Industrie- und aufstrebenden Ländern schwächer werden, aber die Polarisierung zwischen Ober- und Unterschicht innerhalb der Gesellschaften zunimmt. Oder überspitzt und einzig mit Blick auf die relative Verteilung von Vermögen und Einkommen bezogen: Es ist wichtiger geworden, zu welcher Schicht man gehört und nicht mehr so sehr in welchem Land man lebt. Die Klassenzugehörigkeit dominiert die Staatsangehörigkeit!

«Die Flut hat zwar alle Boote gehoben» wie John F. Kennedy Anfang der 1960er-Jahre der Weltbevölkerung Hoffnung machte. Aber die von ihm erwarteten «Trickle-down»-Effekte sind innerhalb der Gesellschaft nicht wirklich an alle gleichermaßen durchgesickert. Die Luxusjachten der Wohlhabenden sind stärker nach oben gespült worden als die Ruderboote der Massen. Besonders krass gilt das für die USA: Da besitzt das reichste Prozent der Bevölkerung so viel Vermögen wie die ärmsten fünfzig Prozent zusammen.



Ungleichheit: Wie gross ist die Kluft zwischen arm und reich?

Shutterstock

In Europa ist die Ungleichheit zwar weniger ausgeprägt. Aber dennoch gilt, dass sich die Schere zwischen reich und arm nicht geschlossen hat. Sie ist mancherorts auseinander gegangen. Allen geht es zwar besser, aber nicht allen in gleichem Masse. Wenige haben viel mehr, viele nur wenig mehr. Der Masse geht es deutlich besser als früher, aber der Abstand zu den Reichen ist eher grösser als kleiner geworden. Die Verhaltensökonomik hat in vielen empirischen Studien nachgewiesen, dass Menschen durchaus mit Ungleichheit leben können. Klaffen jedoch Einkommen, Vermögen und Chancen zu weit auseinander, sinkt die Akzeptanz. Eine zu stark ungleichgewichtige Verteilung von Vorteilen oder Optionen wird dann als unfair bewertet. Als Folge lehnen Menschen Kompromisse ab, selbst wenn sie sich mit der Ablehnung selber schaden. Offenbar fühlen sich weltweit viele Menschen von der Weltpolitik unfair behandelt, obwohl es ihnen heute – objektiv und absolut gesehen – wesentlich besser geht als ihren Eltern. Sie bewerten es als ungerecht, dass einige wenige Boote von

der Flut so viel stärker gehoben wurden als alle anderen.

In der sich öffnenden ökonomischen Schere innerhalb der Volkswirtschaften könnte eine von vielen Erklärungen liegen, weshalb Donald Trump in den USA, Nationalisten oder Protektionisten in Europa so viel politische Unterstützung erhalten, obwohl dadurch insgesamt der Wohlstand der Nationen leidet. Viele Menschen haben den Glauben verloren, dass die Flut eines Tages alle Boote gleichermaßen heben wird. Viele sehen sich durch die Empirie der letzten beiden Dekaden in ihrem Urteil bestätigt, dass die Polarisierung innerhalb der Gesellschaften zu- und nicht wie erwartet und versprochen abnimmt. Deshalb müsste nicht nur die Effizienz wirtschaftlicher und politischer Massnahmen, sondern auch die Fairness der Verteilung von Effizienzvorteilen weit stärker hinterfragt werden, als es momentan in der Ökonomik der Fall ist.

Prof. Dr. Thomas Straubhaar ist Professor für internationale Wirtschaftsbeziehungen der Universität Hamburg.

Mit «veni, vidi, vici» kommt man in Afrika nicht weit

Von Lionel Schlessinger

Afrika ist für mich ein attraktiver Zukunftsmarkt. Während Chinesen und Indier dies auch so sehen und immense Investitionen tätigen, glänzen Europäer mehrheitlich durch Abwesenheit. Dass Monopol Colors in Afrika Farben produziert, gründet in der Tatsache, dass ein damals wichtiger Kunde seinen Sitz ebenfalls in Ostafrika hat. Bis dahin haben wir den afrikanischen Markt mehrheitlich von unserem Tochterunternehmen in Indien aus beliefert. Dort haben wir seit 2009 eine Entwicklungs- und Produktionsstätte.

Ich hatte also durchaus Auslanderfahrung, als wir 2015 in Nairobi unser eigenes Werk eröffneten. Aber vergleichbar ist die Situation zwischen indischem Subkontinent und Schwarzem Kontinent überhaupt nicht. Während der Drive der Bevölkerung das Geschäft in Indien ankurbelt, wirken sich Korruption und politische Instabilität in vielen afrikanischen Staaten negativ aus, vor allem auf das Wirtschaftswachstum. Für ein KMU wie das unserige bedeutet dies in erster Linie, sich auf alles gefasst zu machen und den Break-even nicht allzu optimistisch anzusetzen. Wenn mir einer sagt: «In drei Jahren mache ich Gewinn in Afrika», dann entgegne ich ihm heute aus voller Überzeugung: «Vergiss es, du wirst sicher doppelt solange brauchen!» Man muss verdammt hart kämpfen und Durchhaltewillen an den Tag legen, um in einer von Stämmen beherrschten Region zu reüssieren, in der sich die meisten Staaten zudem spinnfeind sind. Das führt beispielsweise zur absurden Situation, dass wir Nachbarländer Kenias aufgrund der undurchschaubaren und komplizierten Zollgesetze mitunter nicht von unserer Fabrik vor Ort aus beliefern können, sondern aus Indien. Geht einfacher, geht schneller, geht günstiger.

Trotzdem halte ich am Standort Nairobi fest. Ich glaube daran, dass Ostafrika eine prosperierende Zukunft bevorsteht, wenn denn die unsägliche Korruption eingedämmt werden kann. Denn die Infrastruktur bedarf Verbesserungen, das Rohstoffvorkommen ist riesig, die Leute wollen etwas erreichen. Was unser Glück ist: Wir haben keine Geschäftsbeziehungen zum Staat, sind kein Teil von Infrastrukturprogrammen der öffentlichen Hand. Wir geschäften privat und sind deshalb weniger Willkür und Mausechelen ausgesetzt. Trotzdem darf man den Aufwand nicht unterschätzen, den man als Unternehmer hat. Ich reise sicherlich einmal jährlich nach Nairobi, täglich halte ich per Mail und Telefon Kontakt zu meinem Geschäftsführer vor Ort. Der übrigens ein Einheimischer ist. Und ich habe ihn ganz bewusst am Unternehmen beteiligt. Für mich ist das ein bewährtes Rezept, damit sich Mitarbeitende verantwortlich fühlen und die Kosten in fernen Ländern nicht plötzlich aus dem Ruder laufen.

In Afrika wechseln sich schönes Wetter und Donnerwetter in rasantem Tempo ab. Veni, vidi, vici – die dortigen Märkte als auch so gebildeter Europäer einfach nach cäsarischer Manier einnehmen zu wollen, das kann man glatt vergessen. Ist auch gut so, finde ich. Und natürlich könnte man sich an geeigneter Stelle in der Schweiz informieren, wie das so läuft mit den Geschäftern in der Region, den Sitten und Gepflogenheiten, den Chancen und Risiken. Ich für meinen Teil mache meine Erfahrungen indes lieber gleich selber vor Ort. Learning by Doing! Da holt man sich vielleicht auch mal ein blaues Auge, behält aber letztlich alles unter seiner eigenen Kontrolle. Und das ist wohl das Allerwichtigste, wenn man als KMU in Afrika reüssieren will: die Unabhängigkeit von Behörden und dem System.

Lionel Schlessinger, Inhaber & CEO der Monopol AG.