

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 93 (2013)
Heft: 1010

Artikel: Das Ding denkt mit
Autor: Büttler, Claudio
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-737136>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

4 Das Ding denkt mit

Das Internet der Dinge wird unsere Beziehung zu Gegenständen verändern. Objekte, die uns lieb sind, werden intelligent und erhalten eine digitale Identität. Das bringt gewaltige Möglichkeiten. Wie diese genutzt werden, muss jeder für sich selbst entscheiden.

von Claudio Büttler

Das Internet der Dinge kommt. Bis jetzt noch nicht in Form des viel portierten Kühlschranks, der automatisch Milch nachbestellen kann, aber in Industrie und Logistik ist es bereits ein Alltagswerkzeug.

Wie schnell und in welchem Ausmass das Internet der Dinge tatsächlich unseren Alltag prägen wird, das entscheiden letztlich die Nutzer. Wahrscheinlich wollen viele gar nicht, dass ihr Haushaltsgerät automatisch frische Lebensmittel besorgt. Grosse Chancen haben intelligente Dinge aber dort, wo sie dringliche Bedürfnisse des Alltags befriedigen, uns Arbeit abnehmen, die wir selbst nicht mehr machen wollen. Kurz: unser Leben einfacher machen. Aber was bedeutet eigentlich «intelligent»?

«Intelligent» ist ein Ding dann, wenn es unser Verhalten zu begreifen lernt und mitdenkt. Zum Beispiel, um Energie zu sparen. Intelligente Heizungssteuerungen können Wettervorhersagedaten integrieren und den Energieverbrauch deutlich senken. Oder ich kann von den Ferien aus mit meinem Handy die Lichtanlage kontrollieren. Oder die Lampen in meiner Wohnung beginnen miteinander zu kommunizieren. Die Möglichkeiten sind enorm. Deswegen brodeln das Thema auf allen Kanälen. Klar ist heute schon: Dinge, die über Sensoren mit Software und dem Internet verbunden sind und mit Menschen kommunizieren, werden zur nächsten Evolutionsphase des Internets gehören.

Auf der Spielwiese

Vor einigen Jahren war es noch eine Art Bubentraum, dass ich Gegenständen wie einem Hausschlüssel eine digitale

Identität geben kann. Heute sind wir daran, diese Vision in die Realität umzusetzen. Am Anfang meiner Entwicklung zum Softwareentwickler stand die Lust auf etwas Neues. Ich fand das BWL-Studium alleine zu langweilig: zu viel Theorie, viel zu wenig Praxis. Dabei war ich, so stellte ich bald fest, nicht allein. Also gründete ich zusammen mit drei Freunden eine Firma namens PRIMECUT, den Nachfolger eines erfolgreichen unternehmerischen Projekts, das an meiner alten Kantonsschule entstanden ist. Wir produzierten Gürtel aus recycelten Materialien, die wir zusammen mit Behin-

Der einzig internettaugliche Computer an unserer Schule stand im Religionszimmer.

datenwerkstätten herstellten. Später entwickelten wir Taschen mit eingebauten Solarpanels, die als Ladestation für elektronische Geräte gebraucht werden können.

Wer nicht bloss Alltagsgegenstände wie Taschen optimieren will, landet schnell einmal bei den technischen Möglichkeiten des Internets. Ich mag mich erinnern, wie ein Freund mir das erste Mal vom Internet erzählte. Sich mit einem Rechner in eine virtuelle Welt einzuklinken war unvorstellbar. Der einzig internettaugliche Computer an unserer Schule stand im Religionszimmer. Als ich das erste Mal vor diesem Bildschirm sass, war ich komplett überfordert. Jahre

Claudio Büttler

ist Mitgründer der qipp ag und Leiter der Softwareentwicklung von synesix. Er hat an der Universität Basel Betriebswirtschaft studiert und mit 21 Jahren ein Unternehmen für Modeaccessoires gegründet.

später, als wir unsere erste Firma vorantrieben, war jedoch schnell klar, dass unsere Produkte über einen Onlineshop angeboten werden sollten. Ein Kollege beherrschte die Kunst des Programmierens, und so entstand die erste Schnittstelle zwischen realen Dingen und einer virtuellen Plattform. Über die Jahre wurde PRIMECUT zu einer schönen Spielwiese, auf der ich ausprobieren konnte. Ich konnte testen, welche Art von Blogs Leser auf meine Seite führt, welche Art von Onlinewerbung Klicks bringt und wie ich mit Anpassungen auf einer HTML-Seite Interessenten in Kunden umwandeln kann.

Doch der reine Onlineshop mit seinen Strichcode- und ID-Nummernzuweisungen war bloss ein Anfang. Denn jeder hat doch verschiedene Dinge, die ihm lieb und wichtig sind: ein Fahrrad, eine Kamera, die Handtasche, das Ölbild des Grossvaters. Diese Dinge, die wir bereits heute um uns herum haben und nutzen, wollen wir nun intelligenter machen. Und zwar, indem wir ihnen im Netz eine eindeutige Internetadresse zuordnen und somit ein digitales Profil geben. Wenn meine Dinge eine Identität haben, kann ich mich mit ihnen verbinden und über sie kommunizieren, sie teilen oder mit bestimmten Services aufladen, wie etwa einer Versicherung. Natürlich kann ich auch Informationen wie Bedienungsanleitungen und Garantien mit

ihnen verknüpfen. So entsteht ein soziales Netzwerk für alle Dinge, denen Menschen einen Wert beimessen.

Amputiere und lerne!

Im Dezember 2012 gründeten wir zu dritt mit ETH-Professor Elgar Fleisch (siehe Seite 61) die qipp ag, die allen wertvollen Dingen ihren Platz im Netz reserviert. Die Idee ist einfach, aber sie ist – was den Aufwand angeht – auch riesig. Wo also anfangen? Mit dem Vorgehen nach «Lean Start-up» haben wir uns einer Methode verschrieben, welche prädestiniert ist für Web-Start-ups. Das Konzept stammt vom Tech-Unternehmer Eric Ries und könnte in einem Satz wie folgt beschrieben werden: Wer eine Idee für ein Produkt hat, soll damit möglichst schnell rausgehen, die Wirkung testen und von den Rückmeldungen lernen. Wir dachten in den letzten Monaten, wir würden das Konzept ziemlich konsequent umsetzen. Doch als ich dieses Jahr vier Wochen lang in San Francisco war, sah ich, wie die Innovatoren im Silicon Valley noch viel extremer vorgehen. Ich fragte alle Start-up-Leute, zu welchem Zeitpunkt sie ihre Produkte rausgebracht hätten. Keiner sagte mir, dass sein Produkt zu mehr als fünf Prozent fertig war, als es auf den Markt kam. Für die Pharmaindustrie ist das unvorstellbar, aber im Onlinebereich kann man problemlos ein Produkt online stellen und sehen, was passiert. Das Risiko ist klein, die Lernerfahrung gross. Interessiert das Produkt überhaupt jemand? Und wenn ja, welcher Teil davon?

Durch den schnellen Zyklus von Feedbacks kann ich sofort Rückschlüsse ziehen und Anpassungen machen. Der Unternehmer Dave McClure rät, dass man alle zwei Wochen eine Funktion seiner Applikation offline schalten und somit einen Teil der Dienstleistung amputieren solle. Wenn die Leute zu schreien beginnen, weiss man, was wirklich interessiert, und kann dort weitermachen. Wenn es niemanden interessiert, kann man sich den Aufwand sparen, die Funktion weiterzuentwickeln. Im Silicon Valley gilt die Devise: Unerschrocken raustreten und ausprobieren, ausprobieren, ausprobieren. Es ist nicht negativ

zu scheitern. Wer dreimal scheitert, wird dazu angehalten, es ein viertes Mal zu versuchen.

Mit qipp sind wir also schon online gegangen, als erst ganz einfache Funktionalitäten verfügbar waren – und die waren noch alles andere als perfekt. Wir testeten Funktion um Funktion: Interessiert es die Leute, Erinnerungen an das Ablaufen von Garantien zu erhalten? Oder sind sie viel eher daran interessiert, Dinge, die ihnen gehören, auch mit Freunden zu teilen? Oder gar mit allen, die sich dafür interessieren? Ist es vielleicht die Möglichkeit, Dinge weiterzuverkaufen, die User generiert? Oder geht es uns Menschen vielmehr darum, Freunden und Familie unser Hab und Gut präsentieren und uns damit profilieren zu können? Wir sind dabei, all dies herausfinden. Durch zahlreiche Tests und schnelle Feedbackzyklen, welche direkt in die Entwicklung der Plattform miteinfließen. Alles in allem verringert dies vielleicht die Entwicklungsgeschwindigkeit, es reduziert jedoch das Risiko des Scheiterns in hohem Masse.

Bequemlichkeit und Sicherheit

Egal ob man Gürtel verkauft oder Leute dazu bringen will, sich und ihre lieben Dinge zu Tausenden auf einer Onlineplattform zu registrieren – Marketing ist entscheidend. Und wenn das Unternehmen einen klaren Zweck hat, leiten sich davon auch mögliche Profite ab. Mit qipp verfolgen wir ein *Multisided*-Geschäftsmodell. So arbeiten wir zum Beispiel mit Herstellern zusammen, die wenig über ihre Kunden wissen, weil die Produkte über Händler vertrieben werden. Wir verkaufen Upgrades für Produkte wie etwa Mikroversicherungen. Und wir könnten mit Werbung Geld verdienen. Auch das klassische «Freemium»-Modell wäre eine Möglichkeit, bei dem eine Basisversion gratis angeboten wird, während für erweiterte Funktionen oder werbefreie Benutzung eine Gebühr zu bezahlen ist.

Bei all diesen Angeboten gilt es, den Nutzer für unser Produkt zu begeistern und ihn längerfristig an die Plattform zu binden. Dafür muss die Motivation höher

sein als die technischen Hürden, die es zu überwinden gilt. Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder steigert man die Motivation für die Nutzung – wenn ich für jedes registrierte Produkt 1000 Franken erhalte, ist es mir egal, wenn der Prozess mühsam, kompliziert und zeitaufwendig ist. Oder wir senken die technischen Hürden und sorgen dafür, dass eine geringe Motivation bereits ausreicht. Es ist immer ein Abwägen zwischen Bequemlichkeit und Sicherheit.

Wer eine Idee für ein Produkt hat, soll damit rausgehen, die Wirkung testen und von den Rückmeldungen lernen.

Wenn ein Dienst all meine Mails nach gekauften Amazon-Produkten durchforsten kann, erspart mir dies Arbeit. Andererseits gewähre ich Zugriff auf private Daten. Was überwiegt?

Das Internet der Dinge kann die Art verändern, wie wir mit Gegenständen umgehen, aber letztlich muss jeder für sich selbst entscheiden, wie er oder sie die neuen Möglichkeiten nützen will. ◀

Dieser Text beruht auf der bearbeiteten Aufzeichnung eines Gesprächs mit Florian Rittmeyer