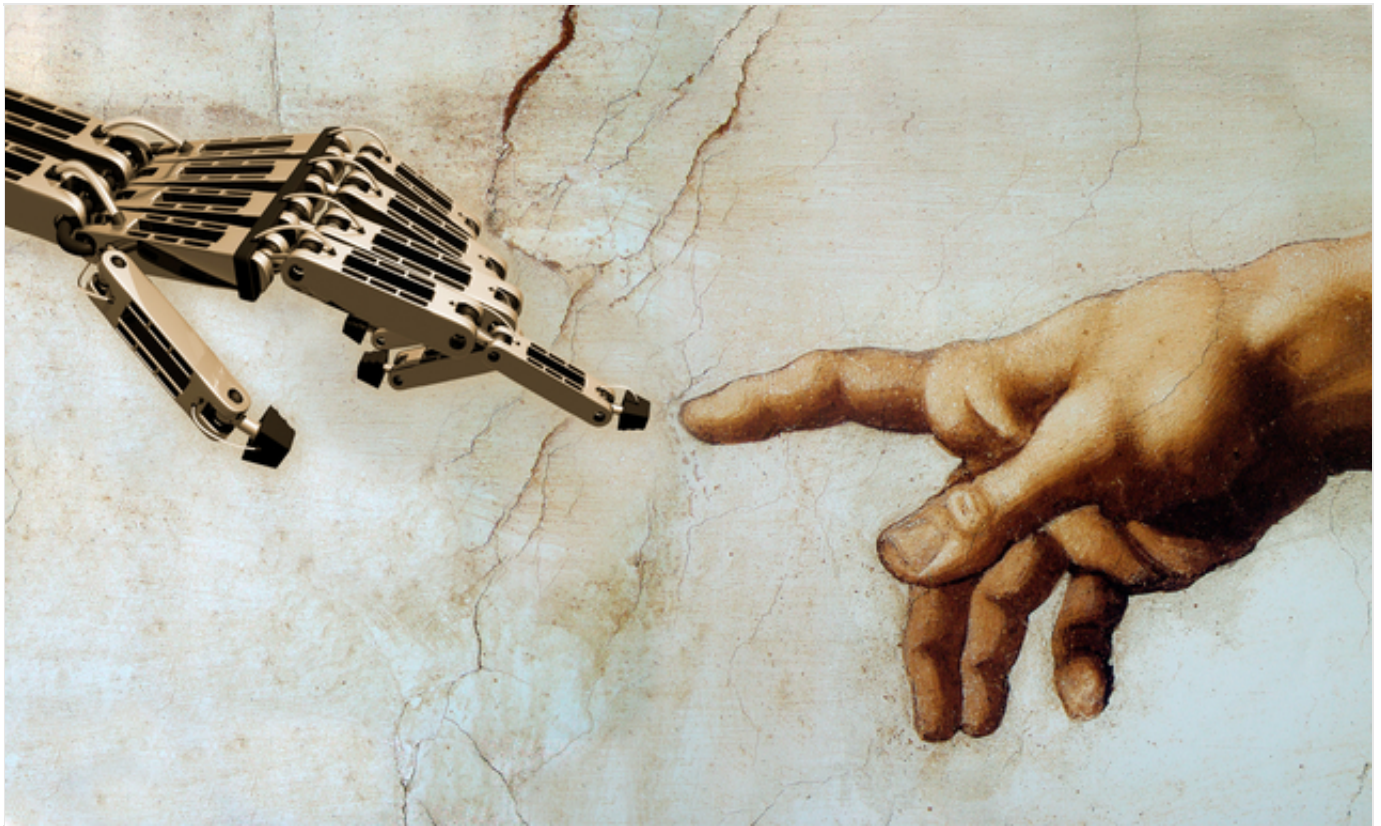


Die Jobs der digitalen Zukunft

Früher wollten Kinder Astronaut oder Meeresbiologin werden. Bald werden sie sich wünschen, Abfalldesignerin oder Robotertherapeut zu werden. Wir stellen Berufe vor, die laut Experten in fünf bis zehn Jahren zum Berufsalltag gehören.



Michelangelo würde «Die Erschaffung Adams» heute vielleicht anders zeichnen: Gott würde einen humanoiden Roboter erschaffen. Bild: Getty Images

Privatsphäre-Manager

Hätte Geri Müller einen Privatsphäre-Manager gehabt, wäre ihm ein Selfie-Gate vielleicht erspart geblieben. Im Zeitalter von Social Media ist es für öffentliche Personen wie Politiker, VIPs oder CEOs immer schwieriger, die Balance zwischen Transparenz und Privatsphäre zu wahren. Die meisten von uns stellen heute achtlos Bilder und persönliche Daten ins Netz, wo sie nicht nur für jedermann sichtbar sind, sondern auch missbraucht werden können. «Der Privatsphäre-Manager wird Menschen und Firmen helfen, die Hoheit über ihre Daten zurückzugewinnen»,

erklärt **Futurist Gerd Leonhard**. Er wird Daten, die unfreiwillig öffentlich wurden oder die imageschädigend sind, korrigieren und löschen. Oder auch bestimmen, welche Daten Firmen über ihre Mitarbeiter einsehen dürfen.

Offline-Therapeut

In Südkorea gebe es bereits heute über 40 Kliniken für Internetsucht, sagt Futurist Gerd Leonhard. Den Ausgleich zu schaffen zwischen dem Leben online und demjenigen offline wird mit der Zunahme digitaler Medien zur immer grösseren Herausforderung. Einerseits wächst der Druck, auf Social Media mitzumachen, um nichts zu verpassen. Andererseits ist die ständige Informations- und Newsflut ein Stressfaktor. Das ständige Online-Sein wird laut Leonhard auch im Job immer mehr zur Tyrannei. Unternehmen werden deshalb Offline-Therapeuten anstellen, die zum Beispiel Regeln aufstellen, wie lange und wann Mitarbeiter online erreichbar sein müssen. Oder sie geben Workshops, wie man sich – ohne schlechtes Gewissen – wieder vermehrt dem Privatleben offline widmen kann.

Virtueller Reiseleiter

Schon heute kann man Venedig, den Grand Canyon oder die Schweizer Alpen virtuell bereisen – auf Google Maps dank 360-Grad-Aufnahmen. Solche «Reiseerlebnisse» sind jedoch im Vergleich zu dem, was künftig technologisch möglich sein wird, ein Klacks. Bald werden wir vom Sofa aus in fremde Welten eintauchen, als wären wir selbst vor Ort. «Die Technologien dazu werden bereits erprobt», sagt Zukunftsberater Gerd Leonhard. Er meint Hologramme, 3-D-Brillen und Videos, die beim User die perfekte Illusion erzeugen, physisch nicht auf dem Sofa, sondern vielleicht unter einem Baum neben einem Rudel Löwen zu sitzen. Ein virtueller Reiseleiter wird Paare oder Gruppen auf solchen Reisen begleiten, ihnen ungefährliche, weil virtuelle Abenteuer vorschlagen und per Knopfdruck exklusive Wünsche erfüllen.

Robotersupervisor

Künstliche Intelligenz, sprich: Roboter und Systeme, die Zusammenhänge verstehen und selber lernen können, werden künftig sowohl in der Arbeitswelt wie auch im Alltag immer häufiger zum Einsatz kommen. Die Gefahren beim Einsatz von künstlicher Intelligenz: Sie lernt exponentiell schnell. Und sie kennt keine sozialen

Regeln. Damit Maschinen eines Tages nicht selbstständig Dinge tun, die sie gar nicht tun sollten, wird es laut Futurist Gerd Leonhard Berufsgattungen brauchen, die intelligente Maschinen überwachen (Robotersupervisor) und ihr Innenleben erforschen (Robotertherapeut).

Ein Beispiel: Google entwickelt zurzeit ein selbst steuerndes Auto. Sollte es zu einem unvermeidbaren Unfall kommen, bei dem entweder ein Kind oder ein Rentner angefahren wird – wie entscheidet sich das «denkende» System? Der Robotersupervisor wird moralisch-ethische Entscheidungen bei Maschinen und smarten Systemen limitieren müssen, er wird soziale Verhaltensregeln bei Robotern festlegen oder sie so einstellen, dass sie nützlich, aber nicht gefährlich sind.

Abfalldesigner

Recycling ist heute Standard. Doch um unsere Abfallberge in den Griff zu bekommen oder gar zu reduzieren, wird das künftig nicht mehr reichen. Recycling wird sich deshalb immer mehr zu «Upcycling» entwickeln: Dinge, die wir produzieren oder konsumieren, werden zwar immer Abfall verursachen, aber aus dem Abfall werden neue Produkte hergestellt. Altpapier könnte etwa zu Tischsets oder Badezimmermatten «aufzykliert» werden, alte Zahnbürsten zu Armbändern. Firmen werden für diesen Nachhaltigkeitsprozess Abfalldesigner anstellen, die kreative Wege finden müssen, wie man diverse Nebenprodukte eines Fabrikationsverfahrens zu neuen Materialien verarbeiten kann. Oder wie man Produkte gar abfallfrei herstellt.

Nostalgist

Wer kein Digital Native ist, fühlt sich mit den neuen Technologien manchmal hoffnungslos überfordert und wünscht sich immer öfter die guten alten Zeiten zurück. Der Nostalgist – eine Mischung aus Innenarchitekt, Historiker und Therapeut – wird diesen Wunsch erfüllen. Schwelgen in Erinnerungen wird zum Business. Ältere Menschen, eine immer grössere Bevölkerungsgruppe, werden zum Beispiel in einer Umgebung leben, die sie an glückliche vergangene Zeiten erinnert. Altersresidenzen werden zu Nostalgieoasen, die Lieblingsjahrzehnte originalgetreu nachbilden (1980er-Schlafzimmer, 1990er-Studentenwohnheim) und positive Erlebnisse wachrufen.

Telechirurg

Schon heute steuern und kontrollieren hoch entwickelte Roboter bei komplizierten Operationen die chirurgische Schnittführung. Künftig werden Chirurgen und Spezialisten bei Operationen nicht einmal mehr physisch anwesend sein müssen. Telechirurgen werden virtuell – via Bildschirm – dorthin reisen, wo ihre Dienste gerade benötigt werden, und Operationen mit ferngesteuerten Robotern durchführen. In abgelegenen Gegenden oder unzugänglichen Gebieten könnte Telechirurgie lebensrettend sein. Notfallpatienten müssten auch nicht mehr per Helikopter ins Spital transportiert werden. Drohnen könnten ein «telechirurgisches Roboterset» direkt zur Unfallstelle fliegen.

Social-Graph-Analytiker

Wie bewirbt man erfolgreich Produkte, wenn Konsumenten Unterbrechung durch Werbung meist als störend empfinden und immer mehr Möglichkeiten haben, diese wegzuklicken? «Der klassische Werbejob gehört bald der Vergangenheit an», ist Futurist Gerd Leonhard überzeugt. Der PR-Manager wird künftig zum Social-Graph-Analytiker. Dieser beobachtet zum Beispiel, was Kunden auf Social Media über ein Produkt oder ein Unternehmen denken, und bringt in Echtzeit Imagekorrekturen an oder platziert personalisierte Werbeinhalte aufgrund von gesammelten Kundendaten.

Werbung wird laut Leonhard nicht mehr das Produkt anpreisen, sondern Geschichten erzählen, die so interessante oder emotionale Inhalte bieten, dass man sie freiwillig anschaut. Wer zum Beispiel Outdoorjacken verkauft, dreht atemberaubende Videos von Bergbesteigungen und stellt diese auf Youtube. Die Firma Nike betreibt schon heute mehrere Youtube-Kanäle, die Trainingsvideos oder Beiträge zur Frauenförderung senden. (Berner Zeitung)

Erstellt: 14.09.2014, 09:29 Uhr

Noch keine Kommentare