

Familienunternehmen des Tages



LivePerson/Jesse Spezza

Robert LoCascio: Messenger-Bots könnten das ganze Internet verändern.

Robert LoCascio

Der Bot-Gott

Der LivePerson-Gründer entwickelt Maschinen, die Callcenter-Mitarbeiter ersetzen sollen.

Der Ärger brachte Robert LoCascio dahin, wo er heute ist: 1997 hatte der heute 49-Jährige ein Gerät eines Computerherstellers erstanden und suchte Hilfe auf dessen Webseite. Und fand nichts. Ein Anruf bei der Servicenummer brachte ihn auch nicht weiter. LoCascio entschied, dass er Kundenanfragen digitalisieren wolle. Mittlerweile ist er der Herr über sprechende Maschinen.

Der Weg dorthin führte auf und ab: Im April 2000 ging LivePerson an die Börse, eine Woche bevor die Dot-com-Blase platzte. Die Aktie stürzte von acht auf einen Dollar. Es habe

sich angefühlt, als wäre die Welt zu Ende, meint LoCascio heute. Nach einer harten Restrukturierung erreichte das Unternehmen im Dezember 2001 die Gewinnschwelle.

Heute zählen zu den Kunden seines Unternehmens Konzerne wie T-Mobile, Sky oder Home Depot. 2016 machte das Unternehmen einen Umsatz von rund 223 Millionen Dollar. LoCascio setzt auf Messagingdienste und Bots, sogenannte Chatbots. Das sind intelligente Maschinen, die Anfragen beantworten und Kunden weiterhelfen können. Bei komplizierteren Anfragen soll ein Mensch eingreifen.

LoCascio rechnet vor: „Die Mehrzahl aller Interaktionen läuft immer noch über Sprache - 268 Milliarden Anrufe erhalten Callcenter jedes Jahr, was wiederum 1,3 Billionen Dollar kostet - ausgegeben für diese

„

Lass die Bots die simplen Aufgaben machen, der Mensch macht den Rest.

Robert LoCascio
Gründer von LivePerson

schrecklichen Dinge, die jeder von uns hasst“, sagt er gegenüber dem Handelsblatt. LoCascio mag sie nicht, die Kundenhotlines dieser Welt. Im vergangenen Jahr erschuf das Unternehmen eine Plattform, die es Unternehmen ermöglicht, mit ihren Kunden über App, iMessage, SMS oder Facebook zu interagieren. Auf der anderen Seite reagiert ein Mensch, ein Bot oder beide zusammen.

Geht es nach LoCascio, ist das die Zukunft: „Ich glaube fest daran, dass wir die dritte Welle des Digitalen betreten“, meint der Gründer. Die erste sei das Organisieren von Informationen gewesen, die zweite das Verbinden von Freunden und Familie, und die dritte sei nun die Digitalisierung der Interaktion von Marken und Kunden: „Jetzt ist es noch eine analoge Beziehung: Man geht entweder in den Laden oder greift zum Telefon - Bots werden Marken aber erlauben, eine automatische und engagierte Kundenansprache zu kreieren.“ LoCascio erzählt von einem Kunden, der ihm unlängst eröffnete, seine Webseite abschaffen zu wollen und sie durch Bots und Messagingdienste zu ersetzen: „Wenn das passieren würde, dann hätte das bedeutende Auswirkungen auf andere Geschäftsmodelle - wie dem von Suchmaschinen. Das wäre eine Revolution.“

Wie jede Revolution hat auch diese ihre Schattenseiten: Wird LoCascios Traum Wirklichkeit und alle Callcenter machen dicht, verlieren Tausende Menschen ihren Job. Die bedrohlichen Auswirkungen der Digitalisierung. Das findet der Herr der Bots so gar nicht: „Selbst die Angestellten können mit einem Messagingdienst einen Mehrwert schaffen.“ Heute seien sie gefesselt und müssten auf den nächsten Anruf warten, mit einer Nachricht könnten sie auf Kunden zugehen, so LoCascio: „Lass die Bots die simplen Aufgaben machen, der Mensch macht den Rest.“

Aufhalten lasse sich diese Entwicklung sowieso nicht, meint der LivePerson-Chef: „Die langweiligsten Jobs werden verschwinden, aber das ist vielleicht auch etwas Gutes.“ Man müsse nur eine Alternative für die finden, die diese heute ausüben.

Johannes Steger



Jason Hart

Lieferdienst bei Aldi

Jason Hart hat überraschende Freiheiten. Der US-Chef von Aldi Süd darf vieles anders machen als die Manager im deutschen Heimatmarkt. So hat er früh die Kreditkartenzahlung in den Märkten eingeführt, er gibt Interviews und redet offen über die Milliardensummen, die der Discounter in die Expansion in den Vereinigten Staaten stecken will. Jetzt setzt er wieder zu einem Schritt an, der bei Aldi bisher undenkbar schien: Ab Ende August können Kunden online bei dem Discounter bestellen und bekommen die Waren an die Haustür geliefert.

Der Pilotversuch mit dem Start-up Instacart ist zunächst auf die drei US-amerikanischen Städte Los Angeles, Atlanta und Dallas beschränkt. Aber Aldi macht kein Geheimnis daraus, dass das Modell im Erfolgsfall auf zahlreiche weitere Städte ausgedehnt werden könnte. Instacart hat keine eigenen Lager, sondern kauft die Waren in den Läden der Einzelhändler ein und liefert sie in weniger als einer Stunde zum Kunden. Der neue Service richtet sich auch gegen den Konkurrenten Lidl. Der war jüngst ebenfalls in den USA gestartet. Nun ist Aldi ihm wieder einen großen Schritt voraus.

Florian Kolf

Dirk Owerfeldt

„Bei uns gibt's keinen Kicker“

Der Software-Unternehmer bricht mit einem Tabu in der Start-up-Szene: Er warnt vor der Verschmelzung von Arbeit und Privatleben.

Viele Start-up-Gründer machen geradezu einen Kult darum, dass ihre Mitarbeiter Job und Privatleben nicht mehr trennen. „Always on“ heißt das Schlagwort, jederzeit erreichbar, jederzeit im Einsatz. Schlafkojen in der Firma, gemeinsames Essen, die Tischtennisplatte auf dem Flur - warum sollte man da das Büro überhaupt noch verlassen?

Dirk Owerfeldt hält das für gefährlichen Unsinn. „Es macht doch keinen Sinn, die motivierten, hochqualifizierten Mitarbeiter durch 14-Stunden-Tage regelrecht auszupressen“, warnt der

Gründer und Vorstandschef von Gastrofix. „Bei uns gibt's keine Kicker - hier wird konzentriert gearbeitet, und dann sollen die Mitarbeiter gefälligst nach Hause gehen und abschalten.“ Er finde es bemerkenswert, dass das Thema Burn-out in der Start-up-Szene geradezu tabuisiert werde.

Gastrofix entwickelt cloudbasierte Kassensysteme, die auf dem Handy oder dem iPad laufen. Restaurants, Cafés oder auch Bäckereien können ihren Kunden so die Zahlung per Kreditkarte ermöglichen, ohne in teure Terminals investieren zu müssen. Mit 100 Mitarbeitern und 12000 verkauften Kassenzulizenzen ist Gastrofix die Nummer zwei im Markt, nach dem Konkurrenten Orderbird.

Um weiter expandieren zu können, hat das Unternehmen gerade eine Finanzierungsrunde über 15 Millionen



Dirk Owerfeldt:
Erst konzentriert arbeiten, dann nach Hause.

Euro abgeschlossen, angeführt von der Brauereigruppe Radeberger und Endeit Capital. Doch genauso wichtig wie Geld sind für das Wachstum gute Mitarbeiter. Und da setzt Owerfeldt eher auf Work-Life-Balance als auf hohe Gehälter. „Wir konnten inzwischen zahlreiche Mitarbeiter für uns gewinnen, die früher mehr verdient haben, aber einfach keine Lust mehr hatten, zwölf bis 14 Stunden in der Firma zu verbringen“, sagt er.

Der 48-jährige Saarländer hat in den vergangenen 25 Jahren mehrere Firmen gegründet, ist über einen eigenen Inkubator selbst an Start-ups beteiligt. Und eins ist ihm dabei klargeworden: „Eine Business-Idee muss sich auch erfolgreich durchsetzen lassen, ohne die Mitarbeiter auszuquetschen wie Zitronen. Sonst hat man als Gründer versagt.“ Florian Kolf

Boris Raoul

Zurück zu „Fluege.de“

Zwei Jahre lang leitete Boris Raoul bei Deutschlands größtem Online-Reiseanbieter, der Leipziger Unister Travel, Portale wie „Fluege.de“ und „Ab-in-den-Urlaub“. Ende März 2016 verließ Raoul den Konzern, nur vier Monate bevor Gründer Thomas Wagner bei einem Flugzeugabsturz ums Leben kam und das Imperium zusammenbrach. Anfang September kehrt der 47-Jährige wieder zurück - als Deutschlandchef des Erwerbers Invia. Dieses untersteht der Prager Holding Rockaway. cs

Gastrofix