

Innovation ist das älteste Geschäft der Welt

KLAUS PETERSEN

1956. Die Nachricht brauchte ungefähr 25 Minuten. Überbracht per Fahrrad von der Posthalterin. Mein Onkel hatte eine dringende Botschaft an meine Mutter. Die radelte zum Postamt, um auf den Anruf des Onkels zu warten, der den Tod seiner Frau mitteilen wollte. Ein Brief hätte damals 8 bis 14 Tage gebraucht.

Erst zehn Jahre später konnten auch Privatpersonen einen Telefonanschluss beantragen. Die Kommunikation lief damals weitgehend per Brief und persönliche Besuche. Aber auch die Bewohner dieses Dorfes standen vor umfangreichen Umwälzungen im Arbeits- und Kommunikationsumfeld.

In jedem der uns bekannten Jahrhunderte haben Menschen durch neues Denken und Handeln ihr Zusammenleben grundlegend verändert. Wenn wir den europäischen Kulturraum betrachten, hat beispielsweise das Römische Reich einen großen Raum geschaffen,

der sowohl nach einheitlichen Gesetzen und Regeln funktionierte, aber den Völkern auch ein hohes Maß an individualisiertem Handeln ermöglichte. Oder die Erkundung der „Neuen Welten“ durch die Portugiesen: Ihre Handelspolitik käme dem heutigen „fair trade“ übrigens sehr nahe, da sie den Einklang zwischen den Handelspartnern suchte.

Ist das Internet und damit die sichtbaren Umwälzungen also wirklich etwas Neues? Aus technologischer Sicht sicherlich, ebenso wie in seinen Auswirkungen. Der russische Wirtschaftswissenschaftler Nikolai Kondratjew bezeichnete diese Entwicklung als 5. Periode (ab 1990) „Informations- und Kommunikations-Technik-Periode“ mit globalem Umfang. Aber auch die Menschen selber werden sich darauf einstellen – und sich verändern zu einem Höchstmaß an Individualismus, aber immer in Bezug auf Netzwerke reagieren. Diese neuen Menschen, die wir bereits in Büro oder Bus treffen, müssen ihre eigenen Wege finden, wie

z. B. die sozialen Netzwerke, die das persönliche Beziehungsgeflecht umwälzen.

Was sind die bis jetzt erkennbaren Änderungen gegenüber der vorhergehenden Innovationsperiode? Und wer sind die Vordenker? Die Gründer von Google oder Facebook zum Beispiel haben die neuen Anforderungen frühzeitig antizipiert. Im Kern haben sie sich auf zwei uralte Grundbedürfnisse konzentriert: In einem Rudel (heute: Netzwerk) zu leben, um zu überleben und die Bedürfnisbefriedigung möglichst einfach zu gestalten. Neu sind hierbei nur die Nutzung und die Weiterentwicklung der Internettechnologie. Es sind die neuen Schiffe und Handelsströme, wie damals bei den Portugiesen. Ihre Marktmacht begründen Google & Co. auf ihrem enormen Wissen über die Märkte. Die Auswertung von Entwicklungen und entsprechende Reaktion kann im Vergleich zu früher so schnell geschehen, dass der Satz: „Time to Market“, also die schnelle Bereitstellung neuer Produkte, eine neue

Bedeutung erhält. Der Markteintritt von Wettbewerbern wird zudem erschwert, manche Märkte sind stark monopolisiert. Aber auf mittelfristige Sicht vermindert sich die Innovationskraft in diesem Markt und macht so den Weg für neue Entwicklungen frei.

Als Träger und gleichzeitig Akteur in einem ökonomischen Netzwerk, und auch Facebook ist ein ebenso solches, sind die großen Player darauf angewiesen, relevante Handlungsdaten im Zugriff zu haben. Somit müssen sie sich mit den Themen Authentizität, Vertrau-

en und Akzeptanz ihres Handelns auseinandersetzen, mit denen sie seitens der Nutzer konfrontiert werden. Diese stehen erst am Anfang der Erkenntnis, dass ihre Daten nicht einfach kostenfrei und unkontrolliert weltweit vagabundieren sollten. Es ist zu erwarten, dass sie in den nächsten Jahren ihre Hoheit über ihre Daten zurückfordern. Sie können sich dabei sicherlich auf neue Anbieter geeigneter Verfahren und auf übernationale Institutionen stützen, womit wieder eine neue Marktentwicklung eingeleitet wird. Für Google und Co. wird diese Zeitspanne allerdings wesentlich kürzer sein als damals für die Portugiesen.

Zurück zum Dorf der 50er-Jahre: Alle Bewohner haben heute Telefon, Handys, Fernseher und zwei Drittel von ihnen Internet. Sie haben sich trotz und wegen des Fortschritts zu einer neuen Gemeinschaft entwickelt – zu sehen unter www.hargarten-online.de.

Der Autor ist Unternehmensberater



Brieftaube und Postbote waren einst sehr wichtige Partner beim Informationsaustausch zwischen Menschen