

Dienstag, 24. Oktober 2006

An der falschen Stelle suchen

Die Gesellschaft sucht auf dem Weg zu bahnbrechenden Lösungen immer an der falschen Stelle. Die Erwartung ist immer an die falschen Personen, Institutionen und Unternehmen gerichtet. Denn so gut wie fast alle weltbewegenden Entwicklungen entspringen immer Köpfen, von denen man nichts erwartet hätte. Trotzdem beauftragen und wählen wir immer die, die es nachweislich noch nie konnten.

MP3 hat wer erfunden: Sony? Philips? Das Betriebssystem, das über 90% des Weltmarkts abdeckt, hat wer erfunden: IBM? Nixdorf? Der Flachbildschirm ging von Loewe oder Nordmende aus? Welcher Pharmakonzern hat das Penizilin entdeckt?

Wer was Neues will, wer was Besseres will, wer Veränderung will, der muss aufhören, das von denen zu erwarten, die es noch nie geschafft haben.

Erfahrung – was ist das wert? Erfahrung ist rückwärtsorientiertes Denken. Welchen Erfahrungsschatz hatten die Macher von Google, die von e-bay, die von Nordpol+, die von YouTube? Wie konnte ein Unternehmen wie Sony die Entwicklung von Flachbildschirmen, Computern, Handys und Digi-Cams verschlafen? Warum sind die bahnbrechenden Entwicklungsschritte in der digitalen Fotografie nicht von Minolta, Nikon, Hasselblad und Leica ausgegangen? Wie kann ein Fernsehhersteller wie Nokia das Non Plus Ultra im Handy-Markt werden? Wer war 1990 Motorola? Jamba?

Es gibt ein Verfallsdatum für Innovationskraft. Es gibt immer die Initiatoren, die dann aufsteigen, bewahren wollen, sich abgrenzen, bewahren müssen, die Entwicklung verpassen und untergehen. Es gibt Geschäftsführer internationalen Werbeagenturen, die nicht wissen, was ein Blog ist. Oder ein Forum. Es gibt Pressesprecherinnen von großen Automobilkonzernen, denen ergeht es ähnlich.

Das Ausruhen auf den Lorbeeren der Vergangenheit ist der Beginn des Alterungsprozesses. Die freien Radikalen, die das Altern der Zellen zu verantworten haben, heißen in Unternehmen: Arroganz, Überheblichkeit, Besserwisserei, Bewahren und Erfolg von gestern.

Nichts ist langweiliger als der Erfolg von gestern oder der mögliche Erfolg von morgen. Alles was zählt, ist der Erfolg von heute. Und wer in die beiden Gesichter der YouTube-Macher gesehen hat, der sieht, wovon ich spreche. Es suchen alle an der falschen Stelle und wundern sich, dass nichts voran geht.

Ein Fehler im System. Ein dicker Hund.

Geschrieben von Christof Hintze in Wilde Thesen um 07:05