

Don Tapscott, Anthony D. Williams

Wikinomics

Die Revolution im Netz

ISBN-10: 3-446-41219-0

ISBN-13: 978-3-446-41219-4

Vorwort

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-41219-4>

sowie im Buchhandel

Einführung

In der Vergangenheit haben sich Unternehmen immer in strikt hierarchischer Form organisiert. Jeder war von jemand anderem abhängig: die Angestellten von den Managern, die Marketingleute von den Kunden, die Produzenten von den Zulieferern, die Firmen von der Gesellschaft. Es gab immer jemanden oder eine Firma, der oder die für alles zuständig war, alles kontrollierte und ganz »oben« in der Nahrungskette stand. Die Hierarchien verschwinden nicht, aber tief greifende Veränderungen bei Technologie, Demografie und in der globalen Wirtschaft lassen mächtige neue Produktionsmodelle entstehen, die vor allem auf Gemeinschaft, Zusammenarbeit und Selbstorganisation setzen und weniger auf Hierarchie und Kontrolle.

Millionen von Medienfans nutzen heute Blogs, Wikis, Chatrooms und Personal Broadcasting und bringen so ihre Stimmen in das laute Gewirr von Dialog und Debatte ein, das »Blogosphäre« genannt wird. Angestellte steigern die Performance durch die Zusammenarbeit mit Gleichrangigen über die Grenzen von Organisationen hinweg und schaffen das, was wir als »Wiki-Arbeitsplatz« bezeichnen. Konsumenten sind zu »Prosumenten« geworden: Sie konsumieren nicht einfach nur das Endprodukt, sondern produzieren die Ware oder die Dienstleistung mit. Sogenannte Lieferketten funktionieren besser, wenn Risiko, Erfolg und die Möglichkeit, wichtige Projekte zu vollenden, einschließlich hochkomplexer Produkte wie Autos, Motorräder und Flugzeuge, über weltweite Netzwerke von Partnern verteilt sind, die gleichrangig zusammenarbeiten.

Kluge Unternehmen bekämpfen das üppige Wachstum großer Online-Communitys nicht, sondern fördern es. Viele sind an den Rändern des Web entstanden und haben im Handumdrehen Millionen Teilnehmer angezogen. Selbst erbitterte Konkurrenten arbeiten in bahnbrechenden wissenschaftlichen Initiativen zusammen, die Innovationen in ihren Branchen vorantreiben. Weil immer mehr Firmen die Vorteile dieser neuen Art der Zusammenarbeit entdecken, werden sie zuletzt die traditionellen Unternehmensstrukturen als wichtigste Triebkraft für die Erzeugung von Wohlstand ablösen.

Das neue Wirtschaftsmodell reicht heute schon über Software, Musik, Publizieren, die Pharmabranche und andere Vorreiter hinaus und hat praktisch jeden Bereich der globalen Wirtschaft erfasst. Doch während sich dieser Prozess entfaltet, haben viele Manager beschlossen, dass die neue massenweise Zusammenarbeit erhebliche Schattenseiten hat. Manche Kritiker blicken auf

erfolgreiche Open-Source-Projekte wie beispielsweise Linux und Wikipedia und äußern die Befürchtung, sie seien ein Angriff auf ihr legitimes Recht und das Bedürfnis von Unternehmen, Gewinn zu machen. Andere betrachten dieses neue Füllhorn der Partizipationsmöglichkeiten als Bedrohung ihrer Existenz (hat jemand in letzter Zeit eine Musik-CD gekauft?).

Wir zeichnen ein ganz anderes Bild anhand der Indikatoren, die wir in diesem Buch zusammengetragen haben. Ja, es gibt Schmerz und Leid in Branchen und Firmen, die die neue ökonomische Logik noch nicht begriffen haben. Aber auf den folgenden Seiten erzählen wir viele Geschichten, wie ganz normale Menschen und Firmen sich auf einfallsreiche neue Art verbinden und so Innovationskraft und Erfolg steigern. Viele Geschichten handeln vom explosionsartigen Wachstum solcher Phänomene wie MySpace, InnoCentive, Flickr, Second Life, YouTube und dem Human Genome Project. Sie alle setzen auf Massenkooperation, um echten Wert für die Beteiligten zu schaffen, und haben sagenhafte Erfolgsstories vorzuweisen.

Viele reife Unternehmen profitieren von dem neuen Geschäftsmuster, auch deren Geschichten erzählen wir. Firmen wie Boeing, BMW und Procter & Gamble existieren seit fast einem Jahrhundert. Und auch diese Organisationen und ihre Führungsleute haben Zusammenarbeit und Selbstorganisation als mächtige neue Hebel entdeckt, um Kosten zu senken, Innovationen schneller durchzuführen, mit Kunden und Partnern gemeinsam zu entwickeln und generell zu tun, was nötig ist, um fit für das Businessumfeld des 21. Jahrhunderts zu sein.

Dieses Buch ist ebenfalls das Produkt mehrerer langjähriger Kooperationen. In den letzten Jahren hat das Team von New Paradigm mehrere große Multi-client-Untersuchungen dazu durchgeführt, wie das neue Internet (manche sprechen von Web 2.0) Unternehmen verändert und wie Firmen Innovationen anpacken, Beziehungen aufbauen, werben und konkurrieren.

In einer 3-Millionen-Dollar-Studie haben wir in den Jahren 2000/2001 die Entwicklung eines zunehmend mobilen und alles durchdringenden Web und seine Auswirkungen auf Geschäftsmodelle erforscht.¹ Im Jahr 2003 haben wir zwei Millionen aufgewendet, um zu untersuchen, wie das Web eine neue Transparenz erzeugt, die sich als neue Kraft etabliert, um starke vernetzte Unternehmensstrukturen und Vertrauen voranzubringen.² 2004/2005 ging es in einem 4-Millionen-Programm darum, wie neue Technologien und Modelle der Zusammenarbeit Unternehmensauftritte und die Dynamik des Wettbewerbs verändern.³

Die Schlussfolgerung aus all diesen Studien ist erstaunlich und überaus positiv. Milliarden vernetzter Individuen können heute aktiv an Innovation, Wertschöpfung und sozialer Entwicklung partizipieren in Formen, von denen wir früher nur träumen konnten. Und wenn diese vielen Menschen zusammenarbeiten, können sie gemeinsam Kunst, Kultur, Wissenschaft, Bildung,

Politik und die Wirtschaft in überraschender, letztlich aber nützlicher Weise voranbringen. Firmen, die sich mit diesen explodierenden, durch das Web möglich gewordenen Communitys einlassen, entdecken nach und nach die echte Dividende kollektiver Fähigkeiten und kollektiven Einfallsreichtums.

Um Erfolg zu haben, wird es nicht ausreichen, vorhandene Managementstrategien einfach zu intensivieren. Die Verantwortlichen müssen anders darüber denken, wie man konkurriert und profitabel ist, und sie müssen sich auf eine neue Kunst und Wissenschaft der Zusammenarbeit einlassen, die wir Wikinomics nennen. Wikinomics ist mehr als Open Source, Social Networking (»soziale Netzwerke«), Crowdsourcing (»Schwarmintelligenz«), Smart Mobs (»intelligente Menschaufläufe«), Weisheit der vielen und andere Vorstellungen, die das Thema berühren. Wir sprechen vielmehr über tief greifende Veränderungen bei den Strukturen und den Verfahrensweisen von Unternehmen und unserer Wirtschaft insgesamt, die auf neuen Wettbewerbsprinzipien wie Offenheit, Gleichrangigkeit (»Peering«), Teilen und globalem Handeln beruhen.

Die Ergebnisse dieser Grundlagenforschungen gehören den Beteiligten, die sie finanziert haben, einschließlich der über 100 detaillierten Berichte und zahllosen Präsentationen, Seminare und Workshops. Doch unsere Arbeit mit diesen Firmen hat uns dazu angeregt, dass wir an den Wochenenden und Abenden an einem Buch schrieben, das die Arbeit auf die nächste Stufe heben und ein breites Publikum anregen soll, die Ideen, Rahmen und Leitlinien anzuwenden. Wir führten über 100 Interviews und Diskussionen mit Hauptträgern dieser Revolution. Sofern in den Anmerkungen nicht andere Quellen angegeben sind, stammen alle Zitate in dem Buch aus diesen Gesprächen.

Im Laufe der Arbeit haben auch wir als Autoren etwas über Zusammenarbeit gelernt. Wir haben diese Seiten auf verschiedenen Kontinenten geschrieben: Don hat überwiegend in Toronto in Kanada gearbeitet und Anthony in London. Wenn wir beide gleichzeitig mit dem Manuskript beschäftigt waren, schalteten wir uns mit einer Skype-Verbindung zusammen, sprachen, tauschten Material aus oder schwiegen, was gerade richtig war. Manchmal fühlte es sich so an, als wären wir im selben Raum.

Wir haben auch intensiv mit über 100 maßgeblichen Theoretikern und Praktikern zusammengearbeitet. Ihr Beitrag zum Entstehen dieses Buches wird am Ende angemessen gewürdigt. Einer interessanten Eingebung folgend beschlossen wir, dass der beste Weg, einen tollen Untertitel zu finden, eine Diskussion im Web wäre. Innerhalb von 24 Stunden hatten wir Dutzende großartige Vorschläge für einen Untertitel – die besten haben wir auf einer eigenen Seite aufgelistet.

Vor allem aber unternehmen wir mit *Wikinomics* einen bescheidenen Versuch, das Buch neu zu erfinden. Sie werden feststellen, dass das letzte Kapitel, »Das Wikinomics-Lehrbuch«, nur aus 19 Wörtern besteht: »Helfen Sie uns

auf www.wikinomics.com bei der Peer Production der definitiven Anleitung für die richtige Strategie im 21. Jahrhundert.« Es ist unsere Hoffnung, dass das Buch seine physische Form transzendieren und ein lebendiges, gemeinsam entwickeltes Echtzeitdokument wird, an dessen Entstehung sich die führenden Köpfe beteiligen. Insofern betrachten wir das Buch als einen Appell, eine Wikinomics-Community ins Leben zu rufen. Und wir hoffen, dass Buch und Community den Praktikern in den Unternehmen eine unschätzbare Hilfe sein werden und darüber hinaus allen, die in einer neuen Weise an der Wirtschaft teilhaben wollen.