

Thema



„Die Zukunft liegt im kreativen Entwickeln neuer Lösungen. Wer in Branchenstandards weiterarbeitet, den wird es morgen nicht mehr geben.“

Christof Schumacher



„Das Potenzial für Kreativität muss voll genutzt werden, dafür müssten wir das Lernen wieder in unser tägliches Tun integrieren.“

Eric-Jan Kaak



„Wir müssen den analogen, den einzigartigen und den erlebbaren Anteil an unseren wissensbasierten Leistungen stärken.“

André Wilkens



„Die Herausforderung der Zukunft wird es sein, Jobs zu kreieren, die die Menschen besser als die Computer erledigen können.“

Betty Zucker

Trotz Digitalisierung: Kreativität und Experimentierfreude bleiben unersetzbar

Kommt alles Können künftig aus dem Web? Verdrängen Suchmaschinen und Portalwissen die Problemlösungskompetenzen wissensbasierter Dienstleister? Wie sollten sich die Wirtschaft allgemein und die Unternehmen der Informations- und Consultingwirtschaft im Speziellen auf die neuen Gegebenheiten einstellen?

Intelligente Programme behaupten, die Rendite der Anleger per Mausclick maximieren zu können. Auf der Auktionsplattform ebay schlichtet ein Rechner als Richter 60 Mio. Streitigkeiten im Jahr. Virtuelle Assistenten und Design-Agenten sind angeblich in der Lage, technische Lösungen zu verbessern, Crossmedia-Kampagnen zu entwickeln, Businesspläne zu verbessern und Versicherungen zu optimieren.

Kommt wirklich alles Können künftig aus dem Web? Dieser Fra-

ge ging das Forum IC, die Denkwerkstatt der Sparte Information + Consulting, vergangene Woche in der WKOÖ nach. Drei international anerkannte Spezialisten für wissensbasierte Wertschöpfung saßen jeweils für zehn Minuten auf dem „heißen Stuhl“:

► Betty Zucker, Unternehmensberaterin und Grande Dame des Wissensmanagements aus Zürich,

► André Wilkens aus Berlin, Autor des Buchs „Analog ist das neue Bio“, und

► Design-Thinking-Spezialist Eric-Jan Kaak aus Zell am See. „Im Zuge der Digitalisierung sind wir auch mit einer Wissensexplosion konfrontiert, aber nicht in den Köpfen der Menschen und in den Bibliotheken, sondern im Web“, sagte Christof Schumacher, Obmann der Sparte Information + Consulting.

Kreativität statt Standard

„Die Unternehmen der Sparte IC stehen bei dieser Disruption an vorderster Front. Ich bin aber davon überzeugt, dass die Entwicklung eine Riesenchance ist. Wir können und wir müssen unseren Kopf einsetzen! Die Zukunft liegt im kreativen Entwickeln neuer Lösungen. Wer heute in Bran-

chenstandards weiterarbeitet, den wird es morgen nicht mehr geben“, prophezeit Schumacher. „Wir müssen uns als Berater von den Mustern lösen und neu denken. Wir müssen unser eigenes Geschäftsmodell überdenken und genauso die Geschäftsmodelle unserer Kunden.“

Marc Andreessen, der Gründer von Netscape, hat den heute viel zitierten Satz geprägt: „Software is eating the world!“ Die Antwort von Christof Schumacher: „Definitiv nicht. Und die Erklärung dafür liegt auf der Hand: Software und Digitalisierung können nur das, was ihr Kreativität und menschliche Intelligenz beigebracht haben – und darin liegt auch der Schlüssel für den Unternehmenserfolg von morgen: Nicht über Optimierungen bestehender Standards nachdenken – das kann der IBM-Supercomputer Watson wahrscheinlich besser. In der Kreativität liegt die große Chance für uns als wissensbasierte Dienstleister.“

Information, Weisheit und Können

In dieselbe Kerbe schlug Eric-Jan Kaak (Fa. IcoSense, Zell am See), der sich seit 25 Jahren damit beschäftigt, wie sich neue Technologien auf Organisationen auswirken und auf die Art und Weise, wie Menschen miteinander arbeiten. „Wir müssen wieder zulassen, Probleme mit Kreativität zu lösen und nicht mit Standardlösungen. Dazu muss man dem Kunden zuhören und ihn verstehen. Wir

müssen weniger Problemlöser und viel mehr Kundenversther werden.“ Dazu brauche es schlaunere Organisationen, die Kreativität zulassen. Die Digitalisierung sei nur ein Werkzeug.

Jeder Mensch, so Kaak, habe Kreativität in sich. „Die Frage darf nicht lauten: ‚Wie kreativ bin ich?‘, sondern ‚Wie bin ich kreativ?‘“ Dieses Potenzial müsse gehoben werden, dafür müssten wir das Lernen wieder in unser tägliches Tun integrieren. „Unsere Schulen, unsere Universitäten, unsere Firmen haben das Lernen in den letzten Jahren strukturell eliminiert. Die Standardisierungs- und Kennzahlenmafia trägt dazu bei, dass Kreativität und Experimentierfreudigkeit systematisch aus den Organisationen verbannt werden. In den Organisationsmodellen des 19. Jahrhunderts und mit den Methoden des 20. Jahrhunderts werden die Herausforderung des 21. Jahrhunderts nicht gelöst werden können. Neue Denk- und Lernmuster müssen her“, forderte Kaak.

Öfter denken statt googeln

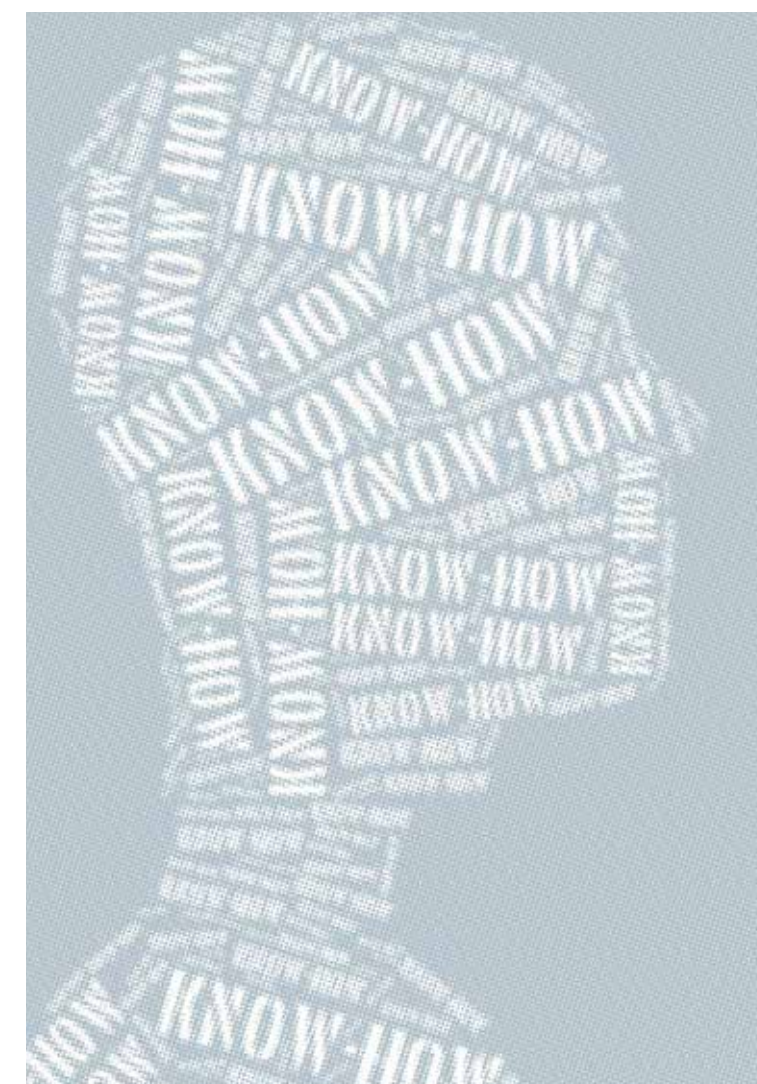
Digital ist für André Wilkens aus Berlin, Autor des Buchs „Analog ist das neue Bio“, wie eine Droge. Alles wird damit besser, schneller, effizienter, flacher etc. und wurde bis zum Fall „Edward Snowden“ auch als gut empfunden. „Seit Snowden stellen wir uns Fragen nach Datensicherheit, Abhängigkeit und Privatsphäre“, so Wilkens. „Aber es gibt Alter-

nativen: denken statt googeln, reden, Briefe schreiben. Analog ist begrenzt, endlich, erleben, Luxus. Digital ist Masse, Kopie, Unendlichkeit. Darin sehe ich durchaus den Reiz von Analog. Und scheinbar auch die Digitalgurus aus dem Silicon Valley, die ihre Kinder bevorzugt in Waldorfschulen schicken, damit sie von Digital nicht zu früh verdorben werden.“

Wilkens verwies auch darauf, wie die digitalen Vorzeigeunternehmen auf Analoges setzen: Apple verkauft seine Rechner über seine analogen Apple-Stores, Amazon hat bereits drei Buchläden eröffnet und auch im Silicon Valley gibt es nicht nur Home-Office und Arbeit von irgendwo aus, sondern große analoge Büros. „Ich rufe natürlich nicht dazu auf, dass wir alle wieder zu analogen Puristen werden, aber der Mensch muss schon aufpassen, dass er sich nicht wegdigitalisiert.“

Algorithmen ersetzen Know-how

„Algorithmen ergänzen oder ersetzen immer mehr persönliches Know-how und Erfahrungen“, sagte Unternehmensberaterin Betty Zucker aus Zürich. „Der Mensch hat schon immer Werkzeuge entwickelt, aber er war immer Herr dieser Werkzeuge. Mit der Digitalisierung haben wir ein Werkzeug erschaffen, das eine Art zweite Umwelt ist, aus der wir nicht mehr herauskommen. Die Vernetzung



ist kein Tool mehr, über das wir bestimmen.“

Die Umwandlung von Daten in Information und von Information in Können werden immer mehr von Algorithmen erledigt. „Die Herausforderung ist es, Jobs zu

kreieren, die die Menschen besser als die Computer erledigen können. Für viele wissensbasierte Dienstleister, wie etwa Juristen, PR- oder Managementberater oder HR-Experten, ist das eine wahre Herausforderung.“



Moderator Franz Kühmayer vom Zukunftsinstitut, Christof Schumacher, André Wilkens, Eric-Jan Kaak, Spartenführer Gernot Fellinger, Betty Zucker (v. l.).