

Wolf Lotter
Die kreative Revolution



Wolf Lotter

Die **kreative**
Revolution

Was kommt nach dem
Industriekapitalismus?

Mit Beiträgen von

Lutz Engelke, Peter Felixberger,
Dieter Gorny, Matthias Horx,
Ralf Langwost und Gesa Ziemer

MURMANN

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titelsatz für diese Publikation ist bei
der Deutschen Bibliothek erhältlich.
ISBN 978-3-86774-062-3

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung
in elektronischen Systemen.

1. Auflage, Januar 2009

Copyright © 2009 by Murmann Verlag GmbH, Hamburg

Umschlaggestaltung: Rothfos & Gabler, Hamburg

Herstellung und Gestaltung: Eberhard Delius, Berlin

Satz: Reih Satzstudio, Köln

Gesetzt aus der Minion und der Rotis

Druck und Bindung: Freiburger Graphische Betriebe, Freiburg

Printed in Germany

Besuchen Sie uns im Internet: www.murmann-verlag.de

Ihre Meinung zu diesem Buch interessiert uns!

Zuschriften bitte an **info@murmann-verlag.de**

Den Newsletter des Murmann Verlages können Sie anfordern unter
newsletter@murmann-verlag.de

Inhalt

Vorwort	7
1. Die Ideenwirtschaft oder Was wir wissen müssen	11
2. Die Schöpfung oder Was sind kreative Berufe?	17
Matthias Horx: Wacht auf, Verkannte dieser Erde!	27
3. Die Creative Economy be-greifen oder Grundsatzfragen zur großen Systemstörung	43
Gesa Ziemer: Forschen statt Wissen	50
4. Was ist Kreativität oder Wie ein weicher Begriff zu einem ganz harten Kern der neuen Wirtschaft wird	65
Peter Felixberger: Kreativität = Diversity!	78
5. Der große Unterschied oder Warum Kreativität Toleranz braucht, Einheitsgrößen nicht passen und es ohne Überfluss keine Wissensgesellschaft gibt	97
6. Märkte der Vielfalt oder Das bunte Treiben	107
7. Das Ende des Hamsterrads oder Zeit und Arbeit in der Ideenwirtschaft	117
Ralf Langwost: Glauben Sie an Wunder oder wollen Sie Ideen? Wie ein kreativer Wertschöpfungsprozess gezielt Innovationen ermöglicht	121

8. Die große Anstrengung oder Wie die Ideenwirtschaft
mit der Planung zurechtkommt. 139

Lutz Engelke: Im Erlebnispark des Kapitalismus:
Über das Ballspielen mit dem All 143

9. Und nochmals Schumpeter 155

Dieter Gorny: Respekt. Mut. Fortschritt und Wandel
oder Was wir brauchen, um die Ideenwirtschaft zu begreifen,
und wie wir dabei eine Kulturgesellschaft werden 162

Epilog: Die größte Idee von allen
ist die Idee der Selbständigkeit 175

Über die Autoren 177

Vorwort

Revolutionen, so scheint es, sind stets Umbrüche mit klaren Konturen. Auf den ersten Blick, doch eigentlich war keine einzige so. Nicht mal die größte und bekannteste, die Französische Revolution, begann 1789 mit Paukenschlägen und Trompeten. Allmählichkeit, ja fast ein unscheinbares Sich-entwickeln-Können sind Merkmale jeder Veränderung – auch der grundlegenden. Allenfalls Chronisten machen daraus Schnappschüsse der Geschichte.

Wo leben wir? Fragen wir die Fernsehnachrichten. In einem »Industriestaat«, heißt es da. Die »westlichen Industriestaaten« sind unsere Verbündeten, und die neuen »Industriestaaten« wie China und Indien sind die Herausforderer. Industrie? Ach was. Industrie, das war einmal. Nur unsere Köpfe, ganz besonders deutsche Köpfe, sind voll mit Industriedenken. Keine Idee, wie es anders ginge? Doch, aber sind nicht alle großen Erfolge auf dem Fundament der Industrie geschaffen worden?

Ja. Einerseits. Wohlstand und Wirtschaftswachstum verdanken wir der Industrialisierung. Aber auch die Krisenanfälligkeit des Kapitalismus, die zum Monopol neigenden Märkte und eine ungeheure Verschränkung zwischen Konzernwirtschaft und Politik. Wir müssen neu denken.

Die Welt hat sich gedreht: Ideen sind heute wertvoller als Produkte. Allerdings ist diese »Welt«, das heißt die Verfassung von Arbeit, Gesellschaft, Wirtschaft und Organisationen, die Art und Weise, wie wir uns bilden und ausbilden, immer noch auf einem Auge blind: Alles orientiert sich an den vergangenen Erfolgen der industriellen Ökonomie, des Industriekapitalismus. Keine andere Form des Wirtschaftens hat in der Menschheitsgeschichte solche Erfolge feiern können wie diese Epoche. Dementsprechend stark ist ihr Echo, auch wenn der Ruf sich längst geändert hat: Seit Mitte des 20. Jahrhunderts verdrängen Dienstleistungen zunächst klassische Industriearbeit, und nun wird offensichtlich, dass Ideen wichtiger sind als Produkte.

Dieses Buch hat eine einzige Aufgabe: Es will zeigen, wo die Ideenwirtschaft, die kreative Ökonomie, die manche auch Wissensgesellschaft nennen, steht, welche Paradigmenwechsel anstehen und wie anders wir denken müssen, um diese Welt, die längst existiert, nicht als chaotische Bedrohung zu verstehen, sondern zu nutzen.

Dies ist zugegebenermaßen keine einfache Übung. Denn mit einem Bein stehen wir in der Kultur des Industrialismus, mit dem anderen tasten wir uns langsam in die Wissensgesellschaft vor, jene neue Form von Gemeinwesen, die sich durch die Ideenwirtschaft bildet. Viele Versuche sind unternommen worden, diese Welt zu beschreiben. Vergeblich. Das Vorhaben, einen Plan für diese Welt zu schaffen, muss scheitern. Sehr wohl aber ist es möglich, seinen Kopf und seine Aufmerksamkeit auf die Eigenheiten der Ideenwirtschaft zu lenken und damit allmählich, Schritt für Schritt, aus der industrialistischen Denkecke herauszukommen.

Schon das Lesen dieses Buches ist eine Herausforderung – auch für all jene, welche die Zeichen der Zeit bereits verstanden haben und die Vielfalt und Verschiedenartigkeit der neuen Wirtschaft der Ideen aufnehmen wollen. Es wäre albern, die offensichtlichen Unterschiede glätten zu wollen. Denn auch für die Leser in der neuen Zeit gilt, was für die Protagonisten der Ideenwirtschaft als einzige Richtschnur des Handelns von Bedeutung ist: Hebe den Unterschied hervor. Nivelliere ihn nicht. Du lebst davon.

Deshalb enthält dieses Buch keine geglättete Methode, kein Heilsversprechen und kein Dogma, keine einfache Betriebsanleitung für das, was Ideenwirtschaft ist. Es beschreibt aus der Position von insgesamt neun Vertretern der Kreativwirtschaft und Kreativitätsforschung Zugänge. Die Beiträge sind Vorschläge, die dem Leser keine Entscheidung abnehmen.

Rechnen Sie mit dem Unterschied. Und rechnen Sie damit, dass Sie in diesem Buch auch scheinbar Widersprüchliches lesen werden. Um Widersprüche geht es ja gerade. Einer der fatalsten Systemfehler des Industriekapitalismus ist seine Gleichmacherei, seine auf einen Standard, eine Meinung – auf geistige Reproduktion – abzielende Grundhaltung. Deshalb wiederholt diese Form von Ökonomie ihre Fehler immer wie-

der. Dagegen sollten wir endlich anfangen, in Alternativen zu denken, die gleichwertig sind.

In den unterschiedlichen Beiträgen spiegelt sich das wichtigste Kapital der Ideenwirtschaft: Vielfalt. Auch der Meinungen natürlich.

Sie lesen meinen Essay über die Ideenwirtschaft, die kreative Revolution, der sich zentral mit den Unterschieden zwischen »alter« Industrie- wirtschaft und neuer Kreativwirtschaft beschäftigt. Sechs Kollegen waren bereit, in eigenen Beiträgen ihren Standpunkt klarzumachen: Gesa Ziemer, Ralf Langwost, Matthias Horx, Dieter Gorny, Lutz Engelke und Peter Felixberger.

Diese Beiträge sind die Antwort auf eine einfache Frage an die Autoren: Was ist Ihnen wichtig, wenn Sie die Ideenwirtschaft definieren? Ich bat um Standpunkte und Standorte. Das Ergebnis, so scheint mir, ist deutlich authentischer, nützlicher und spannender, als es jede »Gemeinschaftsarbeit« hätte sein können, bei der die Eck- und Zielpunkte einer Idee, also eines Textes, straff definiert werden. Ohne Schere im Kopf, wie jeder der Autoren es sieht, sollten die Texte sein. Was den Autoren wichtig erschien, floss in dieses Buch mit ein. Das ist, wie ich meine, der eigentliche Kern, der die Welten und Kulturen der Menschen, die heute an der Ideenwirtschaft arbeiten, am klarsten und eindrucksvollsten zum Ausdruck bringt. Es geht um Ideen, die immer sehr persönliche Denkanstöße sind.

So sollte es auch weitergehen mit der Ideenwirtschaft. Wer offene Konzepte und Meinungsvielfalt mit Chaos verwechseln will, dem wird dieses Buch nicht helfen, und der wird sich auch in den neuen Zeiten nicht wohlfühlen.

Management ist heute die Kunst, mit Überraschungen umzugehen. Wem es gelingt, aus dem, was andere verstört, einen Nutzen zu ziehen, und wer diesen Nutzen erklären kann, der ist im Zeitalter der Ideenwirtschaft gut aufgehoben.

Die alten Bosse gehören kaum dazu. Schon jetzt zeigen sich die Schwächen klassischer betriebswirtschaftlicher Methodik an allen Ecken und Enden. Es genügt einfach nicht mehr, ein mehr oder weniger großes kreatives Potenzial bei Mitarbeitern und Zulieferern zu »verwalten«. Der

Manager der Ideenwirtschaft wird selbst wieder ein »playing captain« sein müssen, ein Spielmacher.

Ich danke allen, die den Mut hatten, an diesem Projekt mitzumachen. Meinen Koautoren, ganz besonders Peter Felixberger, der wesentlich am Gesamtkonzept und an der inhaltlichen Ausrichtung beteiligt war.

Besonderer Dank gilt auch meinen Kollegen von brand eins, die im Laufe der Jahre viele wertvolle Diskussionen und Ideenimpulse für dieses hier vorliegende Buch geliefert haben, sowie meinen Lesern, die freundliche Kritik immer mit einem Schuss neuer Ideen vorbringen.

Und natürlich dem Murmann Verlag, der den Mut hat, dem Neuen die Tür zu öffnen.

Jetzt sind Sie an der Reihe.

Die Ideenwirtschaft oder Was wir wissen müssen

Jeder Mensch ist kreativ. Das sagt sich leicht. Warum? Weil Kreativität, die Grundlage der Ideenwirtschaft, bisher kaum ernst genommen wurde. Sind wir alle gleich klug? Gleich schön? Gleich groß oder klein? Nein. Die erste Lektion zur Ideenwirtschaft heißt: Schätze den Unterschied!

Did you know – Wussten Sie schon? Diese Frage wird immer wichtiger. Sie steht am Anfang der Wissensgesellschaft und ist von entscheidender Bedeutung. Denn Nachfragen führt zu neuen Ideen, die wiederum die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts bestimmen werden.

»Did You Know« ist auch der Name eines bemerkenswerten Projektes an der Arapahoe High School in Centennial im US-Bundesstaat Colorado. Im Jahr 2006 bastelte der Lehrer Karl Fisch mit seinen Schülern eine bemerkenswerte kleine Computer-Präsentation, die ihren Weg schnell ins Internet fand und seither von Millionen Menschen gesehen wurde. Der Grund für den Erfolg der Schülerarbeit liegt sicher nicht nur im ansprechenden Design der Seite.

Es sind vielmehr die Fragen, die so lange keiner gestellt hat, die Feststellungen und Schlüsse, die man daraus ziehen muss. Fragen, die sich Schüler und Lehrer in Centennial stellen und anderswo, Fragen indes, die in der klassischen Welt des Managements und der Gesellschaft immer noch nicht angekommen sind.

Wussten Sie etwa, was wir von »Did You Know« wissen, nämlich dass Schüler von heute in ihrem Leben bis zu 14 Jobs haben werden, wie eine ansonsten wenig beachtete Perspektivstudie des US-Arbeitsministeriums dokumentiert? Oder dass sich die schiere Menge an technischer Infor-

mation alle zwei Jahre verdoppelt und diese Quote weiterhin steigt? Dass sich bereits im Jahr 2010 die Zahl der verfügbaren Informationen in allen uns zur Verfügung stehenden Medienformen und Netzwerken im lächerlich geringen Zeitraum von nur 72 Stunden verdoppeln wird? Und vielleicht bei den Superlativen das Wichtigste: Dass die zehn meistgefragten Berufe in den USA im Jahr 2010 – und das gilt analog auch für Europa – im Jahr 2004 noch gar nicht existierten?

All das ist, wie vieles in diesem Buch, kein Geheimwissen und auch nicht wirklich neu. Es wurde nur im hektischen Treiben der alten Wirtschaft übersehen. Parallel hat sich längst eine völlig neue Ökonomie aufgebaut, deren Strukturen sich vom industriellen Kapitalismus deutlich unterscheiden.

Gewiss: Der hält, politisch und kulturell, noch die Zügel in der Hand. Wir leben jedoch in Zeiten der Transformation: Es gelten sowohl die Regeln der alten Ökonomie als auch der neuen Wirtschaft.

*Wir stehen mit einem Fuß in der alten,
mit dem anderen in der neuen Welt. Das ist auf Dauer
ein anstrengender Spagat.*

Ist die Ideenwirtschaft klar konturiert? Nein. Es gibt grundlegende »Gesetze«, aber es gibt keine umfassende Methode. Wir stehen alle am Anfang. Es gibt viele Wege in die Zukunft. Dieses Buch will deshalb auch ein Scout sein, erklären, was heute schon erkennbar ist, worüber man reden sollte, welche Unterschiede sich zwischen den klassischen und neuen Formen der Wirtschaft auftun.

*Wirtschaft ist nie Wirtschaft allein. Kunst, Kultur, Gesellschaft,
Soziales – alle Schubladen von gestern – fließen in ein neues
Ganzes. Das heißt vor allem: Wir müssen die Fähigkeit, Unter-
schiede zu sehen und zu akzeptieren, sehr viel genauer ausbilden,
als es heute der Fall ist. Die Ideenwirtschaft lebt von ihrer Vielfalt.*