

Über 7 Brücken musst Du geh'n ...

Als das Internet neu aufkam, neu war und sich breit machte (es ist rund 10 Jahre her, noch gar nicht viel länger), da hatte ich den Eindruck, die meisten Geschäftsinhaber, Manager, Unternehmensverantwortliche konnten mit dieser Form des Informationsaustausches nicht viel anfangen. Und auch heute noch habe ich den Eindruck, es sind nicht so viele, die viel damit anfangen können. Dabei gab es gleich zu Anfang dieser wahrlich später ganz sicher als weltumspannende grundlegende Revolution postulierten neuen Ära einen Mann, der klipp und klar sagte, was Firmen tun müssen, wenn Sie im Informations- und Kommunikationszeitalter Erfolg haben wollen (durch das Internet einerseits symbolisiert und andererseits „enabled“, ermöglicht). Je mehr die Zeit fortschreitet, desto deutlicher wird, dass der Prognostiker John J. Donovan, seinerzeit Professor am renommierten MIT recht hatte. Er schlug vor, sieben grundsätzliche Dinge zu tun, um das laufende Unternehmen den Bedingungen der Internet-geprägten Neuzeit anzupassen:

0. 1. Im Bestehenden neue Wertschöpfungsketten schaffen - sowohl für sich selbst wie für die Kunden (Selbst aus veränderten Dingen als bisher Geld verdienen und für Kunden etwas anbieten, worüber sie bisher so nicht verfügen konnten). 0. 2. Gänzlich neue Möglichkeiten (Produkte, Services ...) suchen, entwickeln, etablieren (Jedes Unternehmen lebt davon, immer wieder Neues zu tun). 0. 3. Sich der so genannten „Nischenmärkte“ annehmen; wobei „Nische“ nicht mit „klein“ oder „unbedeutend“ zu übersetzten ist, eher mit „fragmentiert, segmentiert“ und noch genereller „special interest“. Man könnte auch sagen: profilierte Märkte. 0. 4. Den Lebenszyklus von Alt-Produkten (und -Services) ernst nehmen und immer und immer wieder durch Neuigkeiten und Veränderungen das Alte verdecken und aufgeben (wobei dies der in Europa am häufigsten vorzufindende Konkurs-Grund ist: man hört Verlustbringendes nicht schnell genug auf !!!) 0. 5. Neue Partnerschaften eingehen – oder überhaupt sich bewusst sein, dass es einer allein so gut wie nie mehr schafft. Es dennoch zu versuchen ist wesentlich ineffektiver als sich rechtzeitig strategische Partner zu suchen. 0. 6. Global handeln, lokal entscheiden – dieser alte Grundsatz gilt nach wie vor oder sogar mehr denn je („global“ ist sowohl geographisch als „überörtlich“ wie auch thematisch umfassend, gewissermaßen „universell“ gemeint). 0. 7. Verändern („Reengineering“) der Geschäftsprozesse, und Donovan hat es an anderer Stelle konkretisiert: Reinvent your business on the net, erfinde Dein Kerngeschäft auf der Basis der Internet-Möglichkeiten neu.

Vor allem aber der letzte Ratschlag, das Wieder- und Neuerfinden der Organisationsprozesse im Rahmen der durch das Internet ermöglichten neuen Strukturen ist diejenige Komponente, die heute noch viel zu wenig beachtet wird. Klar, dass weder irgendetwas perfekt sein könnte noch auch nur annähernd „abschließend“, umfassend. Veränderungen, dramatische und schnelle, sind das Kennzeichen der Entwicklung. Aber gerade in dieser permanenten Anpassung liegt eine gewaltige Chance. Eine um Dimensionen größere gegenüber den Unternehmen und Organisationseinheiten, die glauben, sie könnten warten, bis sich die Internet-Entwicklung „beruhigt“ hat. Denn dann werden diese Entities, wenn sie denn überhaupt

noch existieren, null Chance haben. „Re-invent Your Business on the Net“
– einen besseren Rat kann man heute nicht geben.