



Heute und Morgen

Harald Katzmaier
ist Sozialwissenschaftler,
Netzwerkforscher, Gründer und
Direktor von FASresearch

Innovation

Die Wertschöpfungskette und wir

Wenn wir uns in unserem Zimmer für einen Moment umblicken und uns die Frage stellen: „Was von den Dingen, die um mich sind, habe ich hervorgebracht?“, dann werden wir sehr ernüchternd feststellen: nichts davon. Nicht der Tisch, an dem wir sitzen, die Tasse Kaffee vor uns, die wir trinken, nicht der Computer, an dem wir unsere Arbeit verrichten. Alles das existiert, weil irgendwo Menschen zusammengekommen sind, um mit Arbeit, Kapital und Wissen etwas hervorzubringen, das es uns jetzt ermöglicht, etwas zu tun. Wenn unser Tun in der Folge einen Sinn hat, dann deshalb, weil wir mit dem Text, den wir am Computer verfertigen, hoffentlich andere Menschen auf neue Gedanken bringen, die mit diesen Gedanken wieder andere Menschen auf Gedanken bringen und so fort. Wir sind Teile und Teilhaber einer Wertschöpfungskette.

Auch Unternehmen, Städte, Volkswirtschaften beziehen ihre Vitalität aus ihrer Zugehörigkeit zu einer komplexen „Wertschöpfungsökologie“, die von ihren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern bis hin zu den Gesundheits- und

Bildungseinrichtungen reicht. Die Abhängigkeit von diesen Netzwerken steigt umso mehr, je schneller sich die Welt dreht. Googles Präsident Eric Schmidt mit dem für ihn typischen prophetischen Unterton: „Jene Unternehmen, die sich über ihr Produkt oder ihre Technologie definieren, werden sterben. Es werden nur jene überleben, die sich über ihre Ökologie oder ihre Plattform definieren.“

Niemand wird die rasenden Entwicklungen aus sich heraus als abgeschlossene, nach innen orientierte „Insel der Seligen“ überleben, ohne auszubrennen oder den Anschluss zu verlieren. Die Zeit, wo die Förderung lokaler „Leitbetriebe“ oder „Leuchtturmprojekte“ die Wirtschaftspolitik bestimmt haben, ist vorbei. Denn die lokalen Leitbetriebe von heute bleiben nur lokale Leitbetriebe, wenn sie sich immer wieder neu erfinden, und das hängt nicht nur von ihnen, sondern von der Ökologie ab, deren Teil sie sind. In dieser Ökologie sind die „Kleinen“ genauso wichtig wie die „Großen“ und die Zukunft der „Schwachen“ genauso entscheidend wie die der „Starken“.

➤ Was meinen Sie? Schreiben Sie mir bitte: h.katzmaier@fas-research.com



**Google-Chef
Schmidts Credo:**
„Firmen, die sich
über ihr Produkt
definieren, sterben“