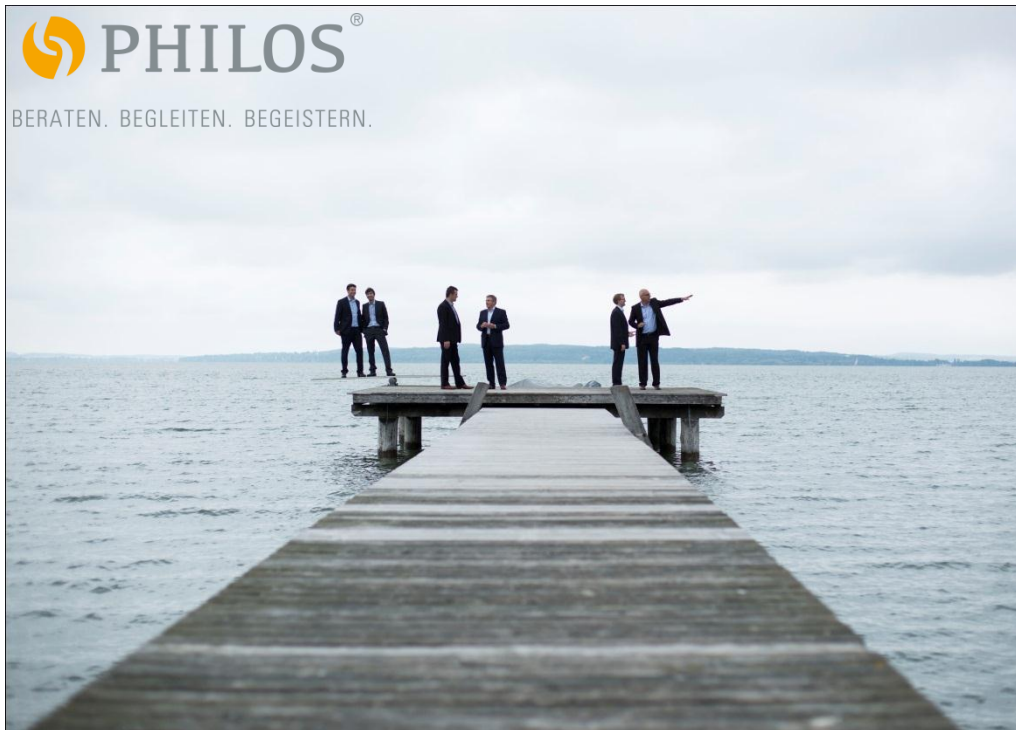




BERATEN. BEGLEITEN. BEGEISTERN.



Zwei Berichte aus dem Silicon Valley

Was die Entwicklungen im „mächtigsten Tal der Welt“ für die Führung von Organisationen und Menschen bedeuten

Sieben Philos-Thesen zur Digitalen Transformation

BERATEN – BEGLEITEN - BEGEISTERN

APRIL 2016

Zwei Berichte aus dem Silicon Valley und Sieben Thesen zur Digitalen Transformation

Wenn wir zehn „Zukunfts-Experten“ fragen, wo denn gerade die Zukunft der Menschheitsgeschichte geschrieben wird, würden alle zehn unter den ersten drei Orten das Silicon Valley nennen. Das hat uns angeregt, sich etwas näher mit dem Tal der Googles, Apples, Facebooks, Teslas ... zu befassen. Was macht dieses kleine Tal, v.a. auch den Ort Palo Alto so anziehend, dass je nach Sichtweise, von dort aus die größte Bedrohung oder größte Chance für die „traditionelle“ (europäische) Industrie ausgeht?

Anhand zweier Berichte versuchen wir Ihnen den Herzschlag des Silicon Valley etwas näher zu bringen, um dann mit Ihnen in die Diskussion einzusteigen, was die Entwicklung im „mächtigsten Tal der Welt“ für die erfolgreiche Führung von Organisationen und Menschen bedeutet.

Mit Hilfe von Sieben Thesen möchten wir einen Denkraum zur gemeinsamen Gestaltung der Digitalen Transformation eröffnen.

"Silicon Valley - Was wir aus dem Tal der Googles, Apples und Teslas lernen können"

von Benjamin Hammer

Erstmals erschienen in: „Deutschlandfunk“ vom 12.01.2015

Vier Manager des Axel Springer-Konzerns zogen für ein halbes Jahr in das Epizentrum des World Wide Web: nach Kalifornien ins Silicon Valley. Einer von ihnen ist Christoph Keese, Journalist und Vize-Chef des Springer Verlags. Über seine Erfahrungen im mächtigsten Tal der Welt hat er ein Buch geschrieben.



Es gibt da ein Foto von den Springer-Managern im Silicon Valley. Drei Männer um die 50 stehen lässig auf einer Vorstadtstraße, an den Füßen haben sie Chucks, diese sportlichen Schuhe, die man eigentlich nur bis zur Studentzeit trägt. Kai Diekmann, den Chefredakteur der Bild-Zeitung, hat es schon nach wenigen Wochen vollends verwandelt. Er trägt Vollbart und Kapuzenpulli, dazu eine dicke Hipster-Brille. Auf dem

Bild fehlt ein Mann aus dem Springer-Quartett: Christoph Keese.

"Bei mir ist der Wandel eher innerlich verlaufen. Und mein Bart ist das Buch, das ich geschrieben habe. Das hat mir auf den Nägeln gebrannt."

Keese ist beim Springer Verlag der "Executive Vice President". Das klingt schon mal nach Kalifornien und damit steht Keese direkt unter Springer-Chef Matthias Döpfner. Manche sagen, er sei so etwas wie der Außenminister des Konzerns. Da war es nur folgerichtig, dass Keese für sechs Monate ins Silicon Valley zog. "Die Idee dahinter war - und das hat sich dann doch sehr bewährt - dass wir uns dem Lebensstil dort vor Ort anpassen."

Christoph Keese kam mit einer Frage ins Silicon Valley: Was ist das für ein Ort, dieses kleine Tal, das nur halb so groß ist wie das Ruhrgebiet? Was passiert in diesem - wie er schreibt - Epizentrum einer kulturellen Revolution? Der Anfang war gar nicht so einfach. Viele Gründer, Investoren und Forscher hatten noch nie von der Zeitung mit den vier Buchstaben gehört. Und mit E-Mails und Anrufen kamen Keese und seine Kollegen nicht weit. Sie wurden fast nie beantwortet.

Was passiert im mächtigsten Tal der Welt?

"Der Eintritt in die interessanten Kreise von Palo Alto ist schwer, wenn man es virtuell versucht. Spontane Besuche bei Firmen sind aussichtslos. Schon deshalb, weil man die Adressen nicht kennt. Sie wollen absichtlich nicht gefunden werden. Erwartet hatte ich vor meiner Reise eine hypervirtuelle Welt. Heimarbeit, ständige Videokonferenzen. Doch virtuelle Welten sind out. Sie sind nirgendwo so unbeliebt, wie bei ihren eigenen Erfindern."

Nach und nach gelang es Keese Kontakte zu knüpfen. In der Offline-Welt. Die Springer-Manager organisierten eine Party. Sie zapften die Kontakte der Nachbarn an. Sie trafen Managereltern in der Schule ihrer Kinder.

Eine Eigenschaft der Menschen fiel Christoph Keese besonders auf: Die Offenheit. Keese nutzte das. Für seinen Konzern und sein Buch.

"Dort macht man aus dem, was man tut, viel weniger Geheimnis als wir das aus Deutschland kennen. Man fragt dort in den ersten fünf Minuten des Gesprächs sehr häufig: Wie viel Geld habt Ihr als Firma noch auf dem Konto? Was verdienst Du als Chef der Firma? An welchen Projekten arbeitet Ihr gerade? Was sind Eure größten Herausforderungen? Diese Fragen werden beinahe im Stakkato gestellt und das führt zu einem ganz engen intellektuellen Austausch."

Keese beschreibt in seinem Buch ein Treffen mit dem deutschen Gründer Catalin Voss. Der kam mit gerade einmal 15 Jahren ins Valley, ist heute 19 Jahre alt und studiert an der Elite-Uni Stanford. Er hat eine Firma gegründet, die Autisten helfen soll. Emotionen von anderen Menschen sollen dabei vom Computer erkannt und den Autisten erklärt werden. Im Silicon Valley gebe es weniger Bürokratie und mehr Taten-drang, sagt Voss.

"Es weht der Geist der Revolution"

"Und es sind Menschen, die ihren Traum leben wollen. Die irgendwann an einem Punkt in ihrem Leben gesagt haben: Ich möchte keine Kompromisse mehr machen. Ich möchte nicht mehr von anderen gesagt bekommen, was ein gutes oder ein schlechtes Produkt ist. Ich möchte auch nicht mehr für andere Menschen arbeiten und bei dieser Gelegenheit auch eine Vorstellung von gesellschaftlichem Wandel umsetzen, der mir persönlich wichtig ist."



Woher man stamme, wie alt man sei, das sei im Silicon Valley egal, schreibt Keese. Die Leistung zähle, die Ideen. Durch das Tal wehe der Geist der Revolution. Das erinnere ihn an die kalifornischen Hippies.

"Das sind Menschen, die vor 40-50 Jahren vielleicht in Sit-ins gegen das Establishment protestiert hätten. Die heute mit den Mitteln der Marktwirtschaft und des Wettbewerbs dem Establishment zu Leibe rücken."

Marktwirtschaft, Wettbewerb. An dieser Stelle wird Keese in seinem Buch vielleicht am nachdenklichsten. Große Teile des Silicon Valley sind heute den Reichen und Erfolgreichen vorbehalten. Die durchschnittliche Monatsmiete, schreibt Keese, liege bei 2000 US-Dollar im Monat. Die Kindermädchen, Küchenhilfen und sogar manche Professoren von Stanford könnten sich das nicht leisten. "Ihnen bleibt nur die Flucht ins heiße, sonnenverbrannte Hinterland auf der anderen Seite der Bucht mit anderthalb Stunden Fahrt in jede Richtung. Oder die drangvolle Enge schäbiger Zweizimmer-Apartments mit Pappwänden in den Ausläufern des Silicon Valley."

Das Tal sei eine der erbarmungslosesten Regionen der Welt. Mittelmaß werde nicht toleriert, Mittelmaß werde aussortiert.

Silicon Valley: Eine wünschenswerte Gesellschaftsform?

"Das Silicon Valley hat etwas, man könnte fast sagen, Udemokratisches. Weil eine demokratische Gesellschaft besteht ja per Definition eigentlich aus dem Mittelmaß. Und das ist einer der Punkte, die wir uns als Gesellschaft auch vor Augen führen müssen. Wenn wir die Kultur, die Technik, die von dort kommt, in so besonderer Weise lieben, mit so viel Geld aus unserem eigenen Portemonnaie unterstützen, weil wir uns als Kunden betätigen. Dann müssen wir uns auch immer klar machen, dass die Gesellschaftsform, die diese Produkte hervorgebracht hat, nicht wünschenswert ist und wir müssen aufpassen, dass wir diese Gesellschaftsform nicht einfach 1:1 bei uns in blinder Begeisterung importieren."

Christoph Keese ist begeistert. Er sagt, dass er an jedem Tag im Valley mehr bekommen als gegeben hat. Aber er weist auch auf die Schattenseiten der Region

hin. Er macht das pointiert, beobachtend und mit journalistischer Präzision. Sein Buch ist für Beobachter spannend, für Unternehmen und Politiker ist es wertvoll. Was muss sich in Deutschland ändern?

"Wenn ich nur eine einzige Maßnahme nennen dürfte. Dann wäre die eine, die ich nennen würde: Mehr Venture Kapital. Man gründet keine Firmen mit dem Sparkassenkredit."

Am Ende des Buches fragt sich Keese selbst, ob die Entwicklungen, die aus dem Silicon Valley auf Deutschland zustürzten, denn nun gut oder schlecht seien. "Sie sind keines von beiden. Im Moment ihres Entstehens sind sie erst einmal neutral. Was aus ihnen wird, hängt davon ab, wie wir sie gestalten. Deutschland hat alle Voraussetzungen, um als starker Spieler aus der Digitalisierung hervorzugehen. Dafür müssen wir die Chancen ergreifen und die Fehler Kaliforniens vermeiden."

Übrigens, zumindest optisch ist Keeses Kollege Kai Diekmann von der BILD anderthalb Jahre nach dem Trip ins Silicon Valley wieder etwas bodenständiger geworden: Den Hipster-Bart hat er sich mittlerweile abrasiert.

LITERATUR

Christoph Keese: Silicon Valley. Was aus dem mächtigsten Tal der Welt auf uns zukommt.

Knaus Verlag, 320 Seiten, 19,99 Euro, ISBN: 978-3-813-50556-6.

KONTAKT

Philos GmbH
Weilheimer Straße 9
D-86911 Dießen am Ammersee

Tel.: 08807-2064 670
Fax: 08807-2064 671
office@philos-beratung.de
www.philos-beratung.de



"Wer ist hier der Klügere?"

Zukunftsforschung

von Karin Finkenzeller

aus: „Zeit online“ vom 27.08.2015

Für einen Ort, an dem die Zukunft geschrieben wird, sieht es hier doch ziemlich spießig aus. Ordentlich getrimmter Strauchwacholder, raspelkurz gemähter Rasen, am Wegesrand bearbeitet ein Gärtner schon am frühen Morgen Unkraut. Eine amerikanische Kleinstadt, könnte man meinen.

Aber in den Straßen stehen keine geparkten Autos, kein Diner bietet Burger an, kein Starbucks Frappuccino. An der Einfahrt des Geländes kontrollieren Uniformierte die Pässe der Besucher.

Dies ist das Moffett Federal Airfield, ganz in der Nähe von Palo Alto: ein "Nasa Research Park" – so steht es auf einem Spaceshuttle, das nahe der Einfahrt zwischen Bäumen in die Luft ragt. Seit den sechziger Jahren plant die Nasa hier ihre Weltraummissionen. Heute arbeiten jedoch nicht nur Raketenwissenschaftler auf dem Gelände, sondern auch eine Gruppe Geeks im interessantesten Zukunftslabor der Welt: der Singularity University (SU). Sie ist keine Universität im eigentlichen Sinne. Eher ein Zusammenschluss von Technologiefetischisten, die einen Ort gesucht haben, um ihre Visionen zu diskutieren, zu forschen und Leute mit ihren Ideen anzustecken. Seit 2009 wehen bunte Fahnen mit dem "S" für Singularity vor ein paar schmucklosen Betonbauten. Das Logo erinnert ein wenig an das von Superman.

Tatsächlich klingt die Singularity-Theorie ziemlich nach Science-Fiction. Der "point of singularity" steht für den Moment, an dem Computer menschliches Verhalten perfekt simulieren können und klug genug sind, um sich selbst zu optimieren. Also für den Moment, von dem an Maschinen intelligenter werden als der Mensch.



Zu den bekanntesten Vertretern der Theorie gehört Raymond Kurzweil. Ein kleiner, drahtiger Mann mit Handy am Gürtel. Er glaubt, dass der Singularity-Moment innerhalb der nächsten 20 bis 30 Jahre eintritt. "Niemand wird diese Entwicklung aufhalten", sagt er. Der 67-Jährige ist Mitbegründer der Singularity University und seit 2012 auch Director of Engineering von Google, einem der Konzerne, die die SU finanzieren. Kurzweil glaubt, der Mensch sei verpflichtet, Fortschritt durch Technologie ohne Denkverbote zu fördern. Er will, dass gesunde Kinder gezüchtet werden. Und: die Unsterblichkeit erreichen. Seine Kritiker werfen Kurzweil ethisch fragwürdige Positionen vor, außerdem unwissenschaftliches Arbeiten. Er trägt die Ehrendoktorwürde von 20 Universitäten.

An wen gibt er sein Wissen weiter – wer sind die Typen, die Zukunftsvisionen anhängen, in denen eine Maschine Gott ersetzt? Die etwas als ein großartiges Versprechen werten, was andere als apokalyptische Bedrohung fürchten? Sicher scheint: An der SU treffen sich Menschen, die in der Digitalisierung die größte Revolution der Menschheitsgeschichte sehen und nicht an morgen denken, sondern an übermorgen. Wer an der SU ist, wurde andernorts nicht selten belächelt und vielleicht verrückt genannt.

Alles eine Frage der Perspektive. "Wer hierherkommt, ist hungrig, leidenschaftlich, will Verantwortung übernehmen. Ich habe nirgendwo sonst Menschen getroffen, die so offen sind für neue Ideen." Das sagt André Wegner, 31, ein Schlaks mit Hornbrille, der aussieht wie ein Student. Wegner spricht schnell, manchmal kann die Zunge dem Tempo seiner Gedanken nicht folgen, dann purzeln die Silben durcheinander. 2012 kam er für ein Sommercamp an die Singularity University und blieb danach gleich da, hat mit seinem Start-up Authentise ein Büro im Gebäude der SU bezogen. Während des Sommercamps kam Wegner die Idee für das Projekt. In Nigeria war gerade ein Flugzeug abgestürzt, weil eine Schraube fehlte und vor dem Start nicht ersetzt werden konnte. "Der Absturz hätte so einfach verhindert werden können", sagt Wegner. Mit seiner Idee, Authentise, einer Internetplattform, über die man Ersatzteile auf seinem 3-D-Drucker ausdrucken kann: Nieten, Klammern – oder eben Schrauben. 20 Millionen Dollar hat ein Investor Wegner für dessen Idee geboten. Aber Wegner verkauft nicht, ihm geht es nicht ums Geschäft. "Ich will die Welt verändern. Das ist die Aufgabe für Leute meiner Generation."

Die Welt verändern, niedriger setzt man auf dem Moffett Federal Airfield nicht an.

Ein paar Hundert Meter weiter sitzt Mike Snyder in einem der Labors von Made in Space. Der 28-Jährige ist ein XXL-Nerd, physisch und gedanklich. Bevor er mit Mitte 20 an die Singularity University kam, bastelte er in seinem Zimmer in Ohio an einem 3-D-Drucker für den Mars. Im Sommercamp rieten ihm seine Kommilitonen: Fang doch etwas kleiner an, mit der Internationalen Raumstation ISS. Heute schickt er als Forschungsdirektor des Start-ups Mails ins All. Im Anhang digitales Werkzeug, nur ein paar Megabyte groß, das in 400 Kilometer Höhe seine Form annimmt, in einem für die Schwerelosigkeit konzipierten 3-D-Drucker, Snyders Erfindung. "Werkzeuge schweben auf der ISS gern mal davon und verschwinden", sagt Snyder grinsend. "Das war bislang ein großes Problem." Dank Made in Space kann ein Großteil des Equipments, das bisher per Spaceshuttle zur Raumstation gebracht werden musste, direkt in der ISS produziert werden. "Das wird die Erforschung des Weltraums komplett verändern!"

Gewiss, es hat etwas Sektenhaftes. Wenn die Seminarteilnehmer hier Ideen beschwören, die binnen zehn Jahren angeblich das Leben von mindestens einer Milliarde Menschen verändern sollen: die bei der Bevölkerung des Alls helfen sollen oder Flugzeugabstürze verhindern. Wenn die Dozenten Bilder von

ineinandergreifenden Zahnrädern an die Leinwand werfen, um zu zeigen, dass wir Gefangene eines Systems sind. Oder wenn Kurzweil die exponentielle Entwicklung der Technologien als Asteroideneinschlag der Neuzeit bezeichnet. "Überleben wird nur, wer sich auf den technologischen Fortschritt einlässt." Aber gleichzeitig fasziniert ihre Begeisterung. Als Techniker bei Google bringt Kurzweil Computern gerade das Lesen bei. Sie sollen lernen, E-Mails zu verstehen und in Zusammenhängen zu denken. Sein langfristiges Ziel: Computer empathisch zu machen. Sie sollen uns besser kennen als unsere engsten Freunde, die Antworten auf unsere Fragen wissen, noch ehe wir sie gestellt haben. "Diese Entwicklungen werden unser Leben besser und effizienter machen", sagt Kurzweil. Überhaupt, das Leben:

"Wir können in Zukunft mehrere Hundert Jahre alt werden. Molekülgroße Nanoroboter werden im Körper die Alterungsprozesse aufhalten."

Ist der Mann verrückt? Seine Kritiker täten sich leichter, Kurzweil als überdrehten Futuristen abzustempeln, hätten sich nicht viele seiner angeblichen Hirngespinnste als richtig erwiesen. Kurzweil glaubte an einen Computer, der den Menschen im Schach besiegen kann – 1997 setzte eine Maschine den Schachweltmeister Garri Kasparow matt. Kurzweil glaubte an sprechende Telefone – heute bespricht Siri mit uns das Kinoprogramm. Kurzweil glaubte an selbstfahrende Autos – die ersten gibt es bereits.

Während draußen die kalifornische Sonne auf das Flugfeld brennt, diskutieren in einem Flachbau, der nach sechziger Jahre aussieht, 80 Seminarteilnehmer über die Probleme im hoch technisierten Utopia. Was passiert, wenn Robotersoldaten Zivilisten töten? Wer ist schuld? Es werden Gruppen gebildet, Argumente gesammelt, vorgetragen. Wie in einem x-beliebigen Hauptseminar an einer x-beliebigen Uni. Und, wer ist schuld? Ein Urteil am Ende bleibt aus.

Dies ist einer der Workshops für Manager und andere Menschen mit großer Brieftasche. 12 000 Dollar legen die Seminarteilnehmer hin, um an einem sechstägigen Seminar der University teilzunehmen. So verdient die SU in einer Woche fast eine Million Dollar. Profit und Visionen schließen sich nicht aus.

Um bei einem der zehnwöchigen Sommercamps angenommen zu werden, so wie damals André Wegner oder Mike Snyder, reicht es nicht, mit Geldscheinen zu wedeln. Dann zählen accomplishments und passion. Also die größten Leistungen im Lebenslauf und die Ideen, für die der Bewerber brennt. Wegner hatte nach seinem Studium in Schottland und Frankreich in Nigeria Mikrokredite verwaltet, Snyder seinen Traum vom Weltraumdrucker verfolgt. Sie wollten das Sommercamp nicht nur mit einem Zertifikat verlassen, sondern mit neuen Gedanken, Mitstreitern und vielleicht sogar Investoren für ihre Ideen. Zwei Drittel der Sommercamp-Teilnehmer stattet Google mit einem

Stipendium aus – in der Hoffnung, später von ihren Erfindungen zu profitieren.

Im Managerworkshop zeigt der Dozent am Nachmittag ein Video: Ein Wasserbüffel schlägt zusammen mit seiner Herde zwei Löwen in die Flucht und rettet ein Junges. Der Dozent, ein Psychologe Mitte 50, sagt: "An diesem Tag hat ein mutiger Büffel den scheinbar natürlichen Lauf der Dinge verändert. Wenn Sie die Welt verändern wollen, müssen Sie so sein wie er!" Diese Motivationsvideos stammen zwar aus der Vorhölle der New-Economy-Ära, können jedoch etwas bewirken, noch Jahre später auf einem anderen Kontinent.



Michel David wartet am Hauptbahnhof in Berlin. Es ist sein Lieblingsort in der Stadt, trotz der vielen elendig langsamen Rolltreppen. 54 von ihnen transportieren am Berliner Hauptbahnhof täglich Zehntausende Menschen über fünf Ebenen hinauf und hinunter. Schnurgerade, Neigungswinkel maximal 35 Grad, Tempo gemächlich. Das regt David auf. Er möchte andere Rolltreppen bauen. Rolltreppen, die sich wie eine DNA-Doppelhelix um sich selbst winden. Platzsparender, schneller und schöner. Seit 2007 lebt der Israeli in Berlin, aber er zweifelt mittlerweile daran, dass die Stadt die richtige ist für seine Vision. "Deutschland hat Platz und Zeit", sagt David, "hier in Berlin fahren die Leute mit dem Fahrrad zur Arbeit." Nicht optimal, um zu beweisen, dass in den Großstädten der Zukunft Millionen Menschen auf engem Raum schneller vorwärtskommen müssen. Gerade war David in Hongkong. "Dort sind die Bewohner an einem Tag so oft auf Rolltreppen unterwegs wie in Berlin in einem Jahr!"

"Die Menschheit auf den Wandel vorbereiten"

David, ein ernster Industriedesigner mit eisgrauen Haaren und millimeterkurz geschnittenem Vollbart, vermisst auch die Begeisterung aus dem Silicon Valley und der Singularity University: "In Deutschland sind viele Menschen von der Überlegenheit des 'made in Germany' überzeugt. Das macht träge."

Als der 36-Jährige im Juni 2012 mit seinem Stipendium für die Singularity University in ein Flugzeug nach San Francisco steigt, glaubt er selbst fast, seine Idee sei ein Flop. Als selbstständiger Industriedesigner hatte er seine Ersparnisse zusammengekratzt und war zu den großen Rolltreppenherstellern der Welt geflogen. Niemand wollte etwas von seiner Doppelhelix hören. "Ich kleiner Industriedesigner saß wie bei einem Tribunal vor erfahrenen Ingenieuren, die meine Idee in Stücke rissen." Zu teuer, zu aufwendig, zu unsicher, zu störanfällig. Wenn eine Rolltreppe nicht geradeaus läuft, sondern um die Kurve, muss die äußere Schiene sich schneller bewegen als die innere. Es darf kein Spalt entstehen, in dem sich ein Kleidungsstück oder, schlimmer noch, ein Fuß verfangen könnte.

In Kalifornien spielen solche Bedenken eine Nebenrolle. "Mit einem Mal hieß es: 'Coole Idee. Ja, mach das, aber mach es vielleicht besser so oder so.' Ich musste keine Mauer aus Zynismus mehr durchbrechen", erinnert sich David. Er entscheidet sich nach dem Sommercamp, seine Rolltreppenvision weiterzuverfolgen. Dann hilft ihm der Zufall – und das Büffelvideo des Psychologen. Im September 2012, kurz nach der Rückkehr aus dem Silicon Valley, nimmt David eine Stelle im Berliner Büro des dänischen Künstlers Ólafur Eliasson an. Es ist sein dritter Arbeitstag, als plötzlich Norman Foster im Gang steht. Der Architekt, der auch die Reichstagskuppel mit ihren gewundenen Rampen entworfen hat. David hastet in sein Büro, druckt ein Dossier über seine Rolltreppe aus, platzt damit in die gerade begonnene Besprechung zwischen Eliasson und Foster und präsentiert seine Rolltreppenentwürfe. Eliasson schmeißt ihn am nächsten Tag zwar fast raus, aber David erhält seine Chance.

Über die Mail aus London von Norman Foster darf David zwar nicht viel verraten. Aber es geht um eine Rolltreppen-Doppelhelix, die sich nach oben hin verbiegt wie eine Pyramide.

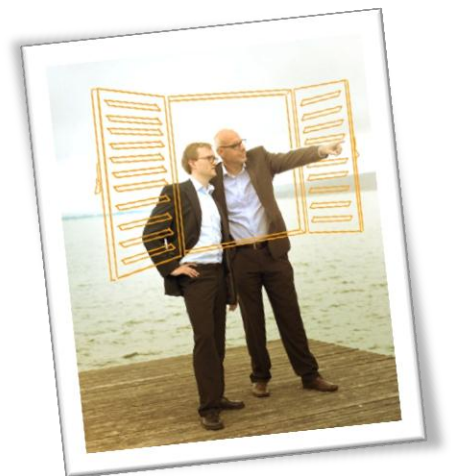
Dass er damals seinen Chef brüskierte und in das Meeting stürmte, habe mit Kurzweil und seinen Visionen zu tun – und auch mit den mutigen Büffeln aus dem Video, das sie an der Singularity University zeigen.

Es ist Abend geworden in der Berliner Innenstadt. Vor dem Schaufenster eines Spielwarengeschäfts bleibt David stehen. In der Auslage liegt eine Spielzeugdrohne. "So ähnlich werden in Zukunft fliegende Autos aussehen." David lächelt. "An der Singularity University gäbe es jetzt nur eine Frage: Gibt es die dann auch in Rot?"

KONTAKT

Philos GmbH
Weilheimer Straße 9
D-86911 Dießen am Ammersee

Tel.: 08807-2064 670
Fax: 08807-2064 671
office@philos-beratung.de
www.philos-beratung.de



Sieben Philos-Thesen zur Digitalen Transformation

1. **Der Mensch führt die Digitale Transformation!** Nur er ist in der Lage, dem Weg in das digitale Zeitalter eine ethische Dimension zu geben. Der im Silicon Valley tendenziell praktizierte Denkansatz, die Lösung aller Menschheitsprobleme vorrangig aus technischer Sicht zu betrachten, ist letztendlich naiv, unterkomplex und (über)lebensgefährlich.
2. **Für jede radikale Innovation gilt es, die Interdependenz der jeweiligen Einzelmaßnahme richtig abzuschätzen.** So können gut gemeinte Einzelfalllösungen in ihrem Zusammenwirken eine Welt schaffen, in der wir alle nicht mehr leben möchten bzw. nicht mehr leben können, weil Maschinen das Kommando übernommen haben. Andererseits kann die richtige Konfiguration dieser digitalen Einzelfalllösungen das Leben von vielen Milliarden Menschen verbessern.
3. **Dieses Denken in Interdependenzen, disruptiven, nicht-linearen Entwicklungen wird zu einer der wichtigsten Führungsqualifikationen und eröffnet enorme Marktchancen.** Wir brauchen Persönlichkeiten, die gewohnt sind, voraus-, vernetzt- und quer zu denken. Sie „reiten die Welle“ des exponentiellen Wandels und nutzen die Technik, um gesellschaftlich relevante Probleme in wirtschaftlich-sinnvolle und ganzheitlich-ethische Lösungen zu übersetzen.
4. **Diese „Digitalen Leader“ zeichnen sich durch ein hohes Maß an Intuition, Selbstbewusstheit, Empathie, Vertrauen, Gelassenheit, ethischem Umgang mit Macht, kommunikativer- und Beziehungs-Exzellenz sowie Wissbegierde, Lernbegeisterung und mutiger Willenskraft aus.**
5. **Die Organisationen der Digitalen Welt haben gelernt, in „zwei Betriebssystemen“ zu agieren.** Sie verbinden das Beste aus der Welt der Hierarchie mit der Welt der agilen, selbstorganisierten Netzwerke. Wenn dieses Zusammenspiel eingeübt und etabliert ist, wird sich die Unternehmenssteuerung in den nächsten 5 bis 25 Jahren zunehmend hin zu holocratischen Führungsmodellen verschieben. Abteilungen werden durch selbstorganisierte Teams ersetzt. Das Organigramm der erfolgreichen Unternehmen im Jahr 2030 wird ineinander übergreifende Regelkreise mit klar definierten Rollen und voller Verantwortlichkeit (nicht Stelle und Zuständigkeit) zeigen.
6. **Klassische Unternehmensgrenzen werden sich auflösen.** Es kommt zu **assoziativen Zusammenschlüssen von Wertschöpfungsnetzwerken**. Wertegemeinschaften werden Hubs bilden, aus denen heraus Lösungen für die zentralen Fragen der Gesellschaft entstehen. Das Paradigma des wettbewerbsorientierten Wachstums einzelner Unternehmen wird schrittweise durch das Paradigma, „Wie wertvoll ist mein Beitrag für die gesamtgesellschaftliche Entwicklung“ abgelöst.
7. **Bewusstheit, Begegnung und menschliche Veredelung** sind dabei die Schlüsselwörter: Je größer das kollektive Bewusstsein der Organisation und der sich darin bewegenden Menschen sein wird, desto mehr Anziehungskraft auf Kunden und ihre Umwelt wird sie ausüben. Je digitaler die Welt wird, desto wichtiger werden gut gestaltete menschliche Begegnungen, die Geist, Herz und Schaffenskraft gleichsam ansprechen. Die „Gewinner“ im digitalen Zeitalter werden die Unternehmen sein, deren Produkte und Dienste sich zwar hochtechnischer Unterstützung bedienen, aber durch Menschenhand, -geist und -herz veredelt wurden.

Was halten Sie von unseren Thesen? Diskutieren Sie mit uns! So wie wir heute denken, werden wir morgen handeln und dementsprechend übermorgen leben.



Lassen Sie uns gemeinsam Zukunft gestalten!

AUTOR: DR. ANDREAS F. PHILIPP
KONTAKT

Philos GmbH
Weilheimer Straße 9
D-86911 Dießen am Ammersee

Tel.: 08807-2064 670
Fax: 08807-2064 671
andreas.philipp@philos-beratung.de
office@philos-beratung.de
www.philos-beratung.de

„Der Electric Speedster 356 spannt wunderbar die Paradoxie auf, wie sich das Morgen mit den veredelten Wurzeln von gestern vereinen lässt! Oldtimer-Puristen mögen uns verzeihen ☺.“

