

Tags: International Management, Tagungsbericht,

Wo Widerstand ist, ist Wachstum

Grabensprünge, Star Wars und Zen-Buddhismus, oder: ein Bericht von der Veranstaltung «Steilvorlagen für den Unternehmenserfolg 2017» an der Frankfurter Buchmesse zum Thema «Digitization: Redefining and innovation new businesses».

Den nicht sehr zahlreichen Schweizer Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der [5. Steilvorlagen-Veranstaltung](#) war der Einstieg ins diesjährige Konferenzthema «Digitization: Redefining and innovation new businesses» nicht ganz unbekannt. Zum Auftakt hielt nämlich Rafael Ball, Direktor der ETH-Bibliothek, ein Keynote-Referat mit dem Titel «Digitale Disruption: Braucht Zukunft noch Herkunft?».

Es ist ein Thema, das Rafael Ball mit Verve bearbeitet und auch am 12. Oktober mit der gewohnten Eloquenz vortrug.

Wenn die Analogien an Grenzen stossen

Die Informationsbranche durchläuft, angetrieben von der Digitalisierung, einen Konvergenzprozess. Dieser lässt alle in dieser Branche, die sich in der Tradition der Informationsvermittler sehen – Bibliothekare, Archivare, Informationsbroker etc. – näher zusammenrücken. Die Gründe für diese Konvergenz sind vielfältig, mindestens einer ist unumstritten: Die Hoheit als Hüter der Information musste die Branche abgeben. Denn heutzutage hat der Informationssuchende stets eine Alternative. Oder er glaubt es zumindest.

Raum für Kontroverse bietet das von Ball bearbeitete Thema der digitalen Disruption und den Umgang der Informationsfachleute damit. Für den ETH-Bibliotheksdirektor ist klar: Die digitale Disruption kann nicht mit Methoden und Praktiken aus der alten, analogen Welt überwunden werden; die simple Adaption auf die neuen Verhältnisse ist nicht zielführend. Im Gegenteil warnt er eindringlich davor, die neuen Herausforderungen mit Altbewährtem anzugehen: «Analogisches Denken ist eine Gefahr im Zeitalter der digitalen Disruption. Denn damit geht eine Übertragung einher. Eine solche ist aber nicht möglich. Aus den Erfahrungen der Vergangenheit lässt sich nicht mehr auf die Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft schliessen.» Ball prangert seine Berufskollegen an: «Wir hinken hinterher, weil wir mit Methoden des 19. Jahrhunderts die Herausforderungen des Jetzt zu meistern versuchen.» Naiv sei das. Die digitale Disruption verlange nach einem qualitativen Sprung, nicht nach einer quantitativen Verbesserung.

Zur Illustration seiner Thesen zitiert Rafael Ball andere Branchen, die von Disruption überflüssig gemacht wurden, weil sie die Zeichen der Zeit ignoriert hatten – oder sie schlicht nicht erkennen konnten. Als Beispiel einer disruptiven Technologie nennt er den Elektromotor, der die Dampfmaschine abgelöst hat. Und er räumt ein: «Aber es hat 30 Jahre gedauert, bis das neue Potenzial wirklich genutzt werden konnte. Die alten Werkmeister, welche die Dampfmaschinen bedienten, mussten erst von der nachkommenden Generation abgelöst werden. Dabei waren die alten Werkmeister ja überhaupt nicht gegen Elektromotoren. Sie waren nur nicht in der Lage, den qualitativen Sprung zu wagen.» Das Gleiche spielt sich nun in der Informationsbranche ab: «Bibliothekare sind nicht gegen die digitalen Technologien, im Gegenteil!»



Rafael Ball: «Analogisches Denken ist eine Gefahr, weil damit die Illusion einer Übertragung einhergeht, was aber wegen der digitalen Disruption nicht mehr möglich ist.»

Provokation, aber keine Antworten

Bloss, diese Worte kamen bei jenem Teil des Publikums, der sich über den ersten Teil von Balls Referat echauffierte, wohl gar nicht mehr an. Einige fühlten sich schlicht provoziert, andere zweifelten die Absolutheit seines «Nein, für die Zukunft nützt die Herkunft nichts!» an, doch eine Diskussion sieht so ein Keynote-Referat halt nicht vor. So ging denn auch sein Ausblick auf die Themen, die uns künftig bewegen werden, ein wenig unter. Big Data; die Auflösung der Grenzen zwischen legal und illegal, zwischen kostenloser und Bezahl-Information; Automation und künstliche Intelligenz sowie neue Medienformen und die Neubestimmung der Wissenschaftskommunikation – alles Themen, die der Reflexion und der Diskussion bedürfen!

Bedauerlich war auch, dass Ball eine Antwort schuldig blieb, wie die von ihm beschwörte digitale Disruption denn bewältigt werden könne, wenn nicht mit Lehren aus der Vergangenheit.

Angst ist kein Innovationstreiber

Überzeugende Antworten lieferte später Arne Krüger, der seine «Success Story» vorstellte. Er sprach aus, was viele wohl unterschwellig gespürt hatten: Rafael Balls Vortrag verbreitet Angst. Angst aber lähmt und ist kein Treiber für Innovation: «Angst und Gier führen zur dunklen Seite der Macht». Mit ein bisschen Nachhilfe in Star Wars von Arne Krüger und seiner Praxis- und Lösungsorientiertheit leuchtete den Zuhörerinnen und Zuhörern schnell ein, wieso dieser Co-Gründer von Moving Targets Consulting, einem Informationsdienstleister mit rund 70 Mitarbeitenden so erfolgreich ist. Er beschreibt seinen Job mit folgenden Worten: «Ich nehme Computertechnologie und werfe sie auf Probleme.» Dabei machte er aber auch klar: «Diese Tools können keine Abkürzungen verkaufen.» Schlicht weil es keine Abkürzungen gebe. Das macht aber nichts, denn «wo Widerstand ist, ist Wachstum». Arne Krüger ist sich denn auch nicht zu schade, Beispiele solcher Widerstände – andere würden es vielleicht Misserfolge nennen –, zu nennen. Wobei natürlich vor allem sein Umgang damit interessiert. Arne Krügers Erfolg gründet nicht einfach auf einem guten Näschen für technologische Entwicklungen und Marktnischen. Er führt ein Unternehmen, das menschliche Werte und Ethik lebt, in dem Kommunikation auf Augenhöhe selbstverständlich ist, das sich eine Keine-Entlassungen-Policy verschrieben hat, das bewusst auf eine Vertriebsabteilung verzichtet und in dem Zen-Buddhismus genauso ernst genommen wird wie Star Wars. So hat es Arne Krüger geschafft, den anwesenden Info-Pros ganz neue Blickwinkel auf die Zukunft ihrer Branche zu öffnen.

Erfolg dank oder trotz Evolution

Die «Success Stories» sind ein zentrales Element der Steilvorlagen-Veranstaltung. Jedes Jahr erzählen jeweils drei Branchenvertreter ihre Erfolgsgeschichte. Die Überlegung dahinter ist, öffentlich zu machen, wie Information Professionals auch unter schwierigen Bedingungen zu Erfolg kommen. Dieser Ansatz, Optimismus durch Erfolgsgeschichten zu verbreiten, um so weitere Erfolgsgeschichten zu ermöglichen, ist sicher begrüßenswert. Die diesjährige Veranstaltung hat aber die Limiten dieses Konzepts aufgezeigt, denn die «Success Stories» von Silke Bromann (Japan Consulting, Wettenberg) und Birgit Bauer (Bauer Business Reserach, Wien) haben lediglich gezeigt, dass es in Deutschland resp. Österreich durchaus noch einen Markt für (vereinzelte) selbstständige Infobroker gibt.

Die Einbettung in das Konferenzthema «Digitalisierung» blieb aus. Im Gegenteil, nach Rafael Balls Vortrag blieb eher der leise Verdacht, dass dies zwei «Stories» aus dem analogen Zeitalter sind, die dank gepflegter Evolution nach wie vor erfolgreich sind, den «qualitativen Sprung» über die «digitale Disruption» aber nicht genommen haben.

Nichts geht über analogen Kundenkontakt

Die Tatsache, dass ihr Berufseinstieg in die Informationsbranche noch zu Zeiten papierner Nachschlagewerke geschah, und dass ihre Tätigkeiten heute ohne Informationstechnologie und Internet nicht mehr denkbar wäre, war der lauten Äusserung nicht wert. Die Vorträge der beiden blieben in den Banalitäten stecken: Für den Austausch mit Branchenkollegen ist die Online-Vernetzung hilfreich; Social Media sind geeignet, um sich zu präsentieren; aber um tatsächlich Aufträge an Land zu ziehen, muss man unter die Menschen; die meisten Auftragsrecherchen machen früher oder später den Griff zum Telefon unumgänglich. Und dabei ist wiederum das Menschliche ganz wichtig. So kann Silke Bromann ihre spezifische Nische, Japan-spezifische Marktbeobachtung, deshalb erfolgreich besetzen, weil sie die Sprache spricht. Und weil sie weiss, dass gerade im Japan-Kontext face-to-face nach wie vor sehr wichtig ist und sie darum darauf achtet, mindestens einmal pro Jahr nach Japan zu reisen, um alte Kontakte zu treffen und neue von der Online-Schiene auf die persönliche zu überführen. Das Fazit der beiden Vortragenden war zwar wenig überraschend, aber immerhin wert ab und zu laut ausgesprochen zu werden: Für die tatsächliche Kundenakquise wie auch für die Pflege des Kundenkontakts ist die direkte Begegnung praktisch unumgänglich – was ein Indiz dafür ist, dass eben trotz digitaler Disruption einige Dinge Bestand haben.

Was blieb von der Veranstaltung Steilvorlagen für den Unternehmenserfolg Ausgabe 2017 sind also einige Provokationen, viele Denkanstösse, inspirierende Beispiele wie Informationsunternehmen in die Zukunft geführt werden können und die Gewissheit, dass das Thema «Digitization: Redefining and innovating new businesses» noch lange nicht ausgereizt ist und Potenzial für die Ausgabe 2018 bietet.



Sara Marty

Sara Marty ist wissenschaftliche Archivarin und Projektleiterin bei archivuisse in Kehrsatz/Bern. Von 2011 bis Ende 2020 arbeitete sie im Dokumentationszentrum doku-zug.ch, das sie ab 2017 als Geschäftsführerin leitete und 2020 in die Stadt- und Kantonsbibliothek Zug überführte. Von 2015 bis 2022 war sie Chefredaktorin von arbido.

Elle a étudié à Lausanne et obtenu sa Licence ès Lettres en 2004. Quoiqu'elle soit rentrée en Suisse alémanique peu après, elle profite toujours de chaque occasion qui se présente pour aller en Romandie. Après avoir travaillé quelques années en marketing et puis comme journaliste, elle a trouvé sa vocation dans le champ professionnel de l'information documentaire. Von 2012 bis 2014 hat sie das Weiterbildungsprogramm in Archiv-, Bibliotheks- und Informationswissenschaften der Universitäten Bern und Lausanne absolviert und den Titel Master of Advanced Studies in Archival, Library and Information Science (MAS ALIS) erhalten. Ihre MAS-Masterarbeit trägt den Titel [«Schweizer Dokumentationslandschaft im Wandel: die Suche nach einem Berufsverständnis»](#)