

DR. MARIO HERGER

Das

Silicon

Valley

Mindset

Was wir vom
Innovationsweltmeister
lernen und mit unseren
Stärken verbinden
können

PLASSEN
VERLAG

DR. MARIO HERGER

Das

Silicon

Valley

Mindset

Was wir vom
Innovationsweltmeister
lernen und mit unseren
Stärken verbinden können

PLASSEN
VERLAG

Copyright der deutschen Ausgabe 2016:
© Börsenmedien AG, Kulmbach

Coverfotos & Innenteilfotos: Getty Images, iStock
Covergestaltung: Holger Schiffelholz
Layout und Satz: Sabrina Slopek
Herstellung: Daniela Freitag
Lektorat: Karla Seedorf
Druck: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN 978-3-86470-354-6

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken
oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

BÖRSEN  MEDIEN
A K T I E N G E S E L L S C H A F T

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach
Tel: +49 9221 9051-0 • Fax: +49 9221 9051-4444
E-Mail: buecher@boersenmedien.de
www.plassen.de
www.facebook.com/plassenverlag

Für Sebastian, Gabriel und Darian.





Inhalt

Einleitung	9
Warum dieses Buch?	12
Wie das Buch gegliedert ist	17
1. Warum das Silicon Valley wichtig ist für Europa	21
Von Weltverbesserern und Sendungsbewusstsein ..	24
Innovation	33
2. Die Ursprünge	47
Am Anfang stand Kalifornien	51
Die Grundbausteine	53
Der Beginn	55
Der Boom	58
3. Das Ökosystem	63
Start-ups und Gründer	68
Venture-Kapital	75
Akzeleratoren und Inkubatoren	89
Universitäten	94
Industrien	106
Militär und Weltraum	108
4. Das Verhaltenssystem	115
Einstellung und Vertrauen	119
Die Wahl der Worte	174
Denken und Handeln	180

Innovation	240
Einrichtungen und Unternehmen	268
Außensicht	286
Spielen mit und innerhalb von Regeln	290
Werkzeuge	301
Systemprobleme	313
5. Ausgewählte Trends	329
Automobilindustrie	331
Fintech	340
Internet of Things	341
Raumfahrt	342
Bildung und Ausbildung	342
Interfaces	344
Bausektor	345
Transport	346
6. Die Rolle Europas	349
Innovationszivilisation	353
Europäer im Silicon Valley	355
Politik und Gesellschaft	389
Nachwort	393
Anhang	399
Liste der Interviewten	400





Einleitung

Stellen Sie sich vor, es ist das Jahr 2006. Sie haben eine Million Euro als Investmentkapital zur Verfügung und suchen nach einem vielversprechenden Start-up. Sie kommen in Kontakt mit einem jungen Gründer und der pitcht ihnen seine Idee. „Ich habe eine Plattform, über die sich die Mitglieder Textbotschaften in der Länge von 140 Zeichen senden können. Investieren Sie doch darin!“

Ihre erste Reaktion darauf wäre sicherlich: „Was für eine dämliche Idee!“ Im besten Fall würde diese Start-up-Idee die Abende mit Freunden um eine nette Anekdote bereichern, wenn über den Stand der Start-up-Szene geplaudert wird. So würden die meisten von uns reagieren – nicht aber die Leute im Silicon Valley. Dort konnte dieser junge Gründer eine ganze Menge Geld einsammeln. Sehr viel Geld sogar.

Sie werden gleich erraten haben, um welches Start-up es sich dabei handelt: Twitter. Und diese vermeintlich so dumme Idee hat sich nicht nur als tragfähige Technologie für ein öffentlich gelistetes Unternehmen mit einem aktuellen Börsenwert von 20 Milliarden Dollar erwiesen, sondern übt auch Einfluss auf Gesellschaft und Politik aus, nicht zuletzt zu sehen am Arabischen Frühling.

Warum aber reagieren die Investoren im Silicon Valley so ganz anders als in Deutschland, Österreich oder der Schweiz? Und was macht Start-up-Gründer dort so mutig, solche Ideen öffentlich vorzubringen und zu erwarten, dass sie ernsthaft diskutiert werden?

Wie sich herausstellt, liegen wir mit unserer Einschätzung, was eine gute oder miese Idee ist, ziemlich oft daneben. Eine Idee selbst kostet nichts. Jemand muss mit ihr etwas machen und sie umsetzen. Nur dann beginnt sie, wertvoll zu werden. Ideen werden besser, indem man sie mit anderen diskutiert und verwirklicht. Ideen werden nicht aufgebraucht, sondern wachsen und werden optimiert, wenn man sie mit anderen teilt. Wenn man sie mit anderen bespricht, stößt man auf immer neue Fragestellungen und Ideen.

An Ideen mangelt es normalerweise gar nicht, aber am zweiten Teil, nämlich der Umsetzung. Wie Ideen entstehen und wie sie umgesetzt werden, erweist sich als delikater Prozess, der an vielen Stellen die falsche Richtung einschlagen kann. Wenn aber alles gut geht, kann das zu Innovationen führen, die den Lauf der Dinge und unsere Sicht auf die Welt für immer verändern.

Warum dieses Buch?

Eine Weltregion, die sich geografisch auf einen sehr kleinen Raum konzentriert, hat sich in den letzten Jahrzehnten als besonders erfolgreich in der Generierung und Umsetzung innovativer Ideen hervorgetan. Das Silicon Valley ist aber weniger ein geografisch begrenzter Raum als ein Mindset, eine Mentalität, eine Geisteshaltung zum Leben und zu den Dingen, die vom Optimismus, vom Glauben an die Problemlösekraft der Menschen und vom Glauben an das Gute in ihnen lebt.

Dieses Buch handelt davon – vom Silicon-Valley-Mindset.

Von Unternehmen aus dem Silicon Valley geschaffene Produkte, Dienstleistungen und Plattformen beeinflussen die ganze Welt. Viele Innovationen haben zweifelsohne positive Auswirkungen für viele, andere haben die Existenzgrundlagen alteingesessener Industrien vernichtet und neue Industriezweige etabliert.

Wie machen die Menschen und Unternehmen aus dem Silicon Valley das? Was sind die geheimen Zutaten, wie lautet die magische Formel? Ist das einfach großes Glück oder steckt mehr dahinter? Und wenn ja, was genau? Ist das übertragbar? Kann das gelernt werden?

Die üblichen Berichte über das Silicon Valley verzerren das öffentliche Bild. Artikel und Bücher werden zumeist von Nichtansässigen

geschrieben, die für kurze Zeit hierher kommen, manchmal für mehrere Monate mitsamt Familie. In den seltensten Fällen arbeiten sie selbst in einem der Sektoren, meist sind sie außenstehende Beobachter. Kaum einer von ihnen hat je selbst unternehmerische Erfahrung gesammelt. Um das Buch zu verkaufen oder den Berichten zu vielen Klicks zu verhelfen, behilft man sich mit großen Namen, die man interviewt. So vermittelt man den Daheimgebliebenen, dass nur Ausnahme-persönlichkeiten wie Steve Jobs, Elon Musk oder Mark Zuckerberg Erfolg haben und dass das für die Normalsterblichen in Europa somit ohnehin nicht replizierbar ist. Aber diese Herangehensweise kratzt nur an der Oberfläche, erfasst das Wesen des Erfolges verständlicherweise nur unzureichend und bietet keine Lösung für Europa und europäische Gründer, außer dem Ruf nach staatlichen Eingriffen und Regulierungen, um sich vor den Giganten aus dem mächtigsten Tal der Welt zu schützen.

In einer Studie, in der Teilnehmer entweder zehn Eigenschaften eines Superhelden oder zehn Eigenschaften von Superman benennen sollten, meldeten sich diejenigen, die Eigenschaften der Superhelden beschrieben, danach beinahe doppelt so häufig für freiwillige Aufgaben als die, die Superman selbst beschrieben. Drei Monate später nahmen die Teilnehmer der ersten Gruppe sogar viermal häufiger an freiwilligen Aktivitäten teil.¹ Das lässt sich damit erklären, dass wir, wenn wir an die Eigenschaften von Superhelden denken, solche wählen, mit denen wir uns selbst identifizieren können. Bei Superman gelingt uns das nicht. Wenn Medien nun über diese Überflieger, diese Overachiever, aus dem Silicon Valley berichten, dann fällt es uns schwer, daraus Lehren zu ziehen und uns mit ihnen zu identifizieren.

Sich vor allem auf die Erfolgsstories und Ausnahmepersönlichkeiten zu konzentrieren genügt nicht, weil selbst die erfolgreichsten unter den Gründern nie geradlinig Erfolg hatten, sondern deren Wege mit vielen Umwegen und Misserfolgen gepflastert waren und sind. Elon Musk war bereits zweimal fast pleite, einmal davon mit Tesla, in das er nochmals sein letztes Geld steckte. Und wenn der vierte Raketenstart bei SpaceX ebenso gescheitert wäre wie die drei zuvor, gäbe es SpaceX heute nicht mehr.²

Entrepreneuren fällt es schwer, mit Nicht-Entrepreneuren von ihren ständigen Kämpfen und Zweifeln zu sprechen, weil sie immer diese Klappt-schon-Mentalität vorzeigen müssen. Bei jedem Gespräch mit potenziellen Kunden muss ein Start-up vorgeben, mehr zu haben oder zu können, als es tatsächlich heute liefern kann. Produktentwicklung und Lernen findet statt, sobald ein Kunde gewonnen wurde, weil oft dann erst die notwendigen finanziellen Mittel dafür da sind. Das ist vielen unerfahrenen Entrepreneuren unangenehm und nagt an ihrem Selbstvertrauen. Man fühlt sich als Schwindler, der noch nicht erwischt worden ist.

Das ist auch als Hochstapler-Syndrom (Impostor-Syndrom) bekannt, die Anforderung, ständig eine optimistische Einstellung auszustrahlen, um Mitarbeiter, Kunden und Investoren bei Laune zu halten, auch wenn es drunter und drüber geht.

Ich wohne seit 2001 im Silicon Valley. Ich bin in Österreich aufgewachsen, habe ein Ingenieurs- und ein Wirtschaftsstudium absolviert und kenne somit beide Welten: die europäische und die spezielle kalifornische Kultur im Silicon Valley. Als selbstständiger Entrepreneur und durch meine Arbeit vor Ort habe ich einen unkonventionelleren und intimeren Zugang zum Silicon Valley als kurzfristige Besucher. Ich kann mich mit Start-up-Gründern und Kreativen in einer vertrauteren Form austauschen, als Outsider das können. Das sich mir dadurch bietende Bild ergibt ein intimes und realistisches Porträt der Menschen im Silicon Valley. Auf den folgenden Seiten werde ich viele Unternehmer vorstellen, unter anderem ein Vater-Tochter-Gespann mit einem Start-up für Kinder, eine junge Entrepreneurin, die Volks- und Mittelschülern durch ihre Plattform hilft, Geld für Schulprojekte aufzutreiben, Start-ups aus Deutschland und Österreich, die mit großen Hoffnungen auf den Durchbruch herkommen, oder den deutschen Mitarbeiter einer Online-Lernplattform, der einen Satz sagte, den er sich in Deutschland nie zu sagen traute: Die Arbeit macht ihm Spaß.

Es brauchte mehrere Jahre, bis ich zum ersten Mal verstand, wo ich hier gelandet war. Als ich 2001 ins Valley kam, war ich der typische Klischee-Europäer, der auf die Naivität und geringe intellektuelle Kapazität der Amerikaner herabsah. Zugleich war ich aber auch beeindruckt

von der Hilfsbereitschaft, den Wertvorstellungen und Leistungen, für die Amerikaner bekannt sind. Trotzdem benahm ich mich wie ein Arschloch. Nie zufrieden, immer negativ, Europa als überlegen ansehend. Bis eine Kollegin mir eines Tages an den Kopf warf: „Mario, du gehörst nicht hierher.“ Ich war empört. Wie konnte sie das sagen? Was wusste sie denn schon – sie hatte nicht mal ein Dokortitel wie ich!

Doch dieser eine Satz veranlasste mich nachzudenken und meine Handlungen genauer zu beobachten. Und das ließ mich erkennen, mit welchen Einstellungen Amerikaner aufwachsen und wie sie diese in Verhalten umsetzen. Heute bin ich der Ex-Kollegin dafür ewig dankbar. Deshalb kann ich mitfühlen, wenn ich Europäer hier treffe, die mit derselben Einstellung herkommen und sich damit die Möglichkeit versagen, ihre Stärken mit der Mentalität des Silicon Valley zu verbinden.

Als Silicon-Valley-Neubürger und Neuankömmling durchläuft man vier Phasen:

Phase 1: Oh mein Gott, alle sind so super, nur ich selbst bin ein Arsch.

Phase 2: Naja, nicht alle sind super, es gibt auch Ärsche hier.

Phase 3: Alles im Arsch, ich werde hier nie etwas schaffen.

Phase 4: Egal ob alles im Arsch ist, ich werd's trotzdem schaffen!

Meine drei Söhne wurden hier geboren, gehen hier zur Schule und wachsen in diesem Umfeld auf. Ich selbst durchlief einen Veränderungsprozess vom besserwisserischen Wiener, dem Formalitäten eingebläut worden waren, zum Evangelisten dieser hier praktizierten Kultur. Gleichzeitig bin ich aber Europäer, dem europäische Werte wichtig sind und dem das Wohl seines Heimatlands und Heimatkontinents am Herzen liegt.

Das möge berücksichtigt werden, wenn ich in diesem Buch vielleicht manchmal zu forsch vorgehe und Europa vielleicht zu schlecht aussehen lasse. Ich bin jedenfalls zu der Überzeugung gelangt, dass man Dinge manchmal sehr direkt ansprechen muss, um die gebotene

Dringlichkeit vor Augen zu führen, anstatt durch übervorsichtige Floskeln das Gegenüber zu sehr einzulullen und in trügerischer Sicherheit zu wiegen. Manchmal kann es wirkungsvoller sein, etwas nicht durch die Blume zu sagen.

Nicht alles in Silicon Valley ist durchwegs positiv oder unkritisch zu sehen und nicht jeder hier verkörpert die Silicon-Valley-Mentalität. Diese Erkenntnis ist weder neu noch fehlt es an Menschen, die genüsslich darauf hinweisen und sich mit ihrer kritischen Stimme wenn nicht ihren Lebensunterhalt verdienen, so doch ihren Status als Intellektueller erarbeiten. Europäer gefallen sich darin, zuerst mal auf die Risiken, Gefahren und das Übel hinzuweisen, ohne eigene Vorschläge zu machen. Das ist nicht das Ziel dieses Buches. Ob man mit kritischer oder positiv eingestellter Sichtweise als intelligenter wahrgenommen wird, werden wir noch in einem späteren Kapitel untersuchen. Mein aus dem Silicon Valley gelernter Ansatz besteht darin, zuerst mal das Gute im Menschen und die positiven Möglichkeiten neuer Technologien und Methoden zu sehen. Zu den Problemen kommt man noch früh genug.

Weil Status und Formalitäten, die auf einen Rang hinweisen, Innovation behindern können, werde ich in diesem Buch konsequent das verfolgen, was ich bereits seit Jahren bei Kontakten mit Europäern mache: Ich duze jedermann und -frau ohne Ansehen von Rang und Status. Das hat nichts mit Respektlosigkeit zu tun, sondern erlaubt, den Status quo hinterfragen zu dürfen, egal ob mein Gesprächspartner eine Vorstandsvorsitzende, ein Minister oder eine Professorin ist. Was zählt, sind nicht vergangene Leistungen, sondern was wir hier und jetzt gemeinsam für die Menschheit tun können.

Auf diese Weise gewöhne ich dich gleich Schritt für Schritt an die Silicon-Valley-Mentalität und zeige dir auf, wie du selbst diese übernehmen kannst.

Was ich auch von Anfang an klarstellen möchte, ist, dass wir in Europa ganz tolle Sachen machen. Unsere Ausbildungssysteme zählen zu den besten der Welt, unsere Technologien sind großartig, deutsches, österreichisches und schweizerisches Ingenieurwesen sind Weltspitze. Unsere Länder zählen zu den sichersten und schönsten. Wir haben die besten Sozialsysteme und wir leben in einem Komfort

und einer Friedenszeit, die noch vor Jahrzehnten undenkbar waren. Unsere politischen Systeme funktionieren, Kunst und Kultur blühen. Nicht alles ist rosig, aber im Vergleich zu anderen Weltregionen geht es uns gut und wir können zu Recht stolz darauf sein. Es muss aber nicht immer so bleiben und Änderungen sind die einzige Konstante im Leben. Deshalb müssen wir aufgeschlossen und neugierig bleiben und hilfreiche Ideen aus anderen Regionen übernehmen beziehungsweise für uns anpassen, um uns für die Zukunft vorzubereiten und unseren Kindern und Kindeskindern ein erfülltes Leben zu ermöglichen.

Dieses Buch soll dich nicht dazu verleiten, dein Land, deine Kultur, deine Gesellschaft verteidigen zu müssen und mir zu sagen, dass die Leute dort auch toll sind. Ich bin da ganz deiner Meinung. Immerhin bin ich selbst Österreicher und wir sind schon perfekt auf die Welt gekommen. Mit meinem Buch will ich dir aufschlüsseln, was ich in den vergangenen Jahren im Silicon Valley von den Leuten dort gelernt habe, und dich einladen, dir das genauer anzusehen und für dich zu entscheiden, was du davon übernehmen könntest. Verbunden mit deinen eigenen Stärken, den Stärken deiner Kultur, deiner Gesellschaft, deiner Fähigkeiten kannst du das Beste aus zwei Welten nehmen und dich dort verbessern, wo du selber meinst, dass es nicht rundläuft.

Wie das Buch gegliedert ist

Dieses Buch ist in gewisser Weise chronologisch aufgebaut. Zuerst erläutere ich dir meine Motivation für dieses Buch und warum das Silicon Valley so wichtig für Europa ist und wir uns damit beschäftigen müssen. Dann sehen wir uns an, was denn das Silicon Valley eigentlich ist und wie es entstanden ist. Was waren die geschichtlichen Wendepunkte, die zu diesem Phänomen führten? Im umfangreichsten Kapitel untersuchen wir eine ganze Reihe scheinbar kleiner Dinge, die Menschen im Silicon Valley machen, die Mentalität, die sie dazu bringt, neuen Ideen gegenüber aufgeschlossen zu sein, und warum manches, das so verrückt klingt, dort Chancen hat durchzukommen und erfolgreich zu werden. Dann werfen wir einen Blick darauf, was Europa heute im Silicon Valley macht, um zu lernen, um Geschäfte zu machen und um am Puls der Zeit zu bleiben. Wir fragen, was europäische Gesellschaften

und die Politik übernehmen können, um ganz Europa innovativer und für die Zukunft gerüstet zu machen. Des Weiteren stelle ich Werkzeuge vor, die als Best Practices von Silicon-Valley-Unternehmen erfunden und angewandt werden, um innovativer und kreativer zu arbeiten.

Alle Kapitel sind gespickt mit Interviews, die ich mit fast zwei Dutzend im Silicon Valley lebenden Menschen geführt habe. Die meisten Interviewten sind aus dem deutschsprachigen Raum. Den Interviewten stellte ich dabei immer dieselben fünf Fragen. Woher kommst du? Was ist dein Werdegang? Wie und warum bist du ins Silicon Valley gekommen? Was sind die deiner Meinung nach größten Unterschiede zu Europa? Was kann das Silicon Valley von Europa lernen? Jeder der Interviewten hatte seine eigenen Erfahrungen, aber zusammengenommen ergibt sich doch ein klares Bild. Manche Unterschiede wurden von allen genannt und jeder hatte seine persönlichen Schnurren zu erzählen. In den Porträts versuchte ich, die Sprache und Geschichte der Interviewten möglichst unverfälscht zusammenzufassen.

Ich hoffe, dass da einiges für dich drin ist und du es nachvollziehen und für dich übernehmen kannst.

Fußnoten

- ¹ Leif D. Nelson, Michael I. Norton: From Student to Superhero: Situational Primes Shape Future Helping, in: Journal of Experimental Social Psychology 41 (2005), S. 423–430
- ² <http://www.bloomberg.com/graphics/2015-elon-musk-space/>

1





Warum das

Silicon

Valley

wichtig ist

für Europa

1

Lebten wir mit der Technologie von vor 100 Jahren, dann wäre ein Drittel meiner Leser gar nicht am Leben. Sie hätten das Alter gar nicht erreicht. Impfungen, medizinische Methoden, Sicherheitsstandards am Arbeitsplatz und andere technologische Fortschritte waren weder erfunden, geschweige denn in dem Ausmaß verbreitet gewesen, wie wir sie heute als selbstverständlich hinnehmen. So manch einer von euch wäre physisch nicht in der Lage, dieses Buch zu lesen, weil er oder sie an Sehbeeinträchtigungen oder anderen das physische Wohlbefinden beeinträchtigenden Krankheiten leiden würde. Die Wahrscheinlichkeit, dass ich dieses Werk hätte schreiben können, wäre verschwindend gering gewesen. Ich hätte mein jetziges Alter damals nicht erreicht, und selbst wenn, dann wäre ich vermutlich weder nach Kalifornien gekommen noch als Brückenschläger zwischen diesen Welten tätig.

Die Tatsache, dass du dieses Buch auf Papier oder einem elektronischen Gerät lesen kannst, ist einzig und allein dem unermüdlichen Fortschritt zu verdanken, dem viele unermüdlich Neugierige sich verschrieben haben. Innovation, die als Ergebnis von Entdeckungen und Erfindungen der Menschheit zugutekommt, ist nichts Bedrohliches, sondern etwas Notwendiges und Unvermeidbares. Wenn man sie selbst nicht vorantreibt, tun es andere. Anfang des 21. Jahrhunderts sticht vor allem eine Weltregion hervor, in der Innovation zu blühen scheint. Eine Innovation, die nicht lokal beschränkt ist, sondern gerade durch die dort hervorgebrachten Technologien und Methoden andere

Teile der Welt überflutet und inspiriert. Ignoriert man das vorsätzlich, bedeutet das häufig das Aus für regionale Industriezweige und Betriebe. Deshalb ist es wichtig, vom Silicon Valley zu lernen.

Reid Hoffman, LinkedIn-CEO und einer der bekanntesten Investoren im Silicon Valley, zitiert aus einer Entwicklungsstudie der Vereinten Nationen, die zum Schluss kommt, dass die Weltwirtschaft in den nächsten 20 Jahren 600 Millionen neue Arbeitsplätze benötigt. Bestehende Unternehmen werden laut Hoffman gerade mal zehn bis 20 Millionen Arbeitsplätze schaffen können, der Rest muss von Start-ups kommen, diesen äußerst dynamischen, riskanten und innovativen Unternehmen, die oft mit nicht mehr als dem Glauben an sich selbst beginnen. Wie man Start-ups gründet, welche Rahmenbedingungen wir alle schaffen müssen, um sie erfolgreich zu machen, und wie man Innovation vorantreibt, sind Dinge, die wir lernen und lehren müssen.¹

Von Weltverbesserern und Sendungsbewusstsein

„Weltverbesserer“, „Weltveränderer“ und „Sendungsbewusstsein“ sind deutsche Begriffe, die an subtiler Gemeinheit und Verachtung kaum zu überbieten sind. So nett sie klingen, werden sie nie mit dieser ursprünglichen Bedeutung der Wörter angebracht. Der gelehrte Europäer wird das nie als Kompliment auffassen, sondern immer so, wie es von anderen Europäern gemeint ist: Ein Weltverbesser ist ein ahnungsloser Größenwahnsinniger, der irgendwann gehörig auf die Schnauze fallen wird. Dieses Fazit zog Stefan Quandt anlässlich einer Rede zur Verleihung des Herbert-Quandt-Medienpreises im Juni 2015.²

Er ist damit nicht alleine. Die meisten Artikel und Kolumnen in deutschsprachigen Medien versuchen, das wilde Biest Silicon Valley durch Worte zu zähmen. Einerseits verwendet man die Produkte ebender Firmen, die man so kritisiert, andererseits steht man fassungslos vor dem, was da passiert. Zum zynischen Weltbild des deutschen Feuilletons passen die Philosophie und die Pläne von Silicon-Valley-Firmen wie die Faust aufs Auge. Das kann doch nicht sein, dass eine Firma als Leitbild „Don't be evil“ stehen hat! Internet überall hinbringen, und das noch dazu gratis, wie es Facebook mit Internet.org oder Google mit dem ballonbasierten

Loon-Projekt machen? Ein Kartendienst, der gratis bereitgestellt wird? Das kann doch nur schiefgehen! Oder doch nicht?

Mit Begriffen wie ‚Hybris‘, ‚Wundermänner‘, ‚Menschenfreunde‘, ‚Avantgardisten‘, ‚Halbgötter‘, ‚Superhelden‘ und ‚Cowboy-Masche‘ wird allein in den ersten Absätzen eines längeren Beitrags im *Manager Magazin* vom April 2015 verächtlich herumgeschmissen, im selben Magazin, das drei Monate später BMW als das „deutsche Apple“³ hochlobte. Der Umkehrschluss aus diesem Artikel und Stefan Quandts Rede ist, dass die Verfasser selbst das Gegenteil davon darstellen. Sind sie somit Weltverschlechterer, Menschenfeinde, keine Wundermänner, Nachhinker sowie wahlweise Vollgötter oder keine Götter? Ganz klar wurde mir das nicht.

Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass die Journalisten dieselben Services und Produkte der kritisierten Unternehmen tagtäglich für Beruf und Freizeit verwenden, und das zeigt ihr Hin- und Hergerissensein, wie sie damit umgehen sollen. Nur ja nicht positiv und unkritisch darüber schreiben, das könnte als naiv angesehen werden und den Verfassern als mangelnde Intelligenz ausgelegt werden!

Harvard-Professorin Teresa Amabile hat diese Verhaltensweise in Experimenten untersucht. Sie legte Studenten zwei Buchrezensionen vor. Eine war eher positiv formuliert, die andere kritisch. Anschließend sollten die Studenten die Intelligenz der Rezensenten einschätzen. Die Studenten bewerteten die Intelligenz des Verfassers der kritischen Rezension höher. Was die Studenten nicht wussten: Beide Buchkritiken waren von Amabile selbst verfasst worden.⁴ Wer ist nun intelligenter? Ich oder ich?

In Europa kann man sich mit kritischen Aussagen ganze Karrieren aufbauen. Mit Lust hört man wohlformulierter oder einfach nur polemischer Kritik zu und ergötzt sich am Scheitern der Macher. Schadenfreude ist nicht von ungefähr ein urdeutsches Wort, das in anderen Sprachen nicht existiert. Ein Kritiker muss doch klüger sein, immerhin hat er die Risiken und Gefahren erkannt und zeigt auf, dass man nur scheitern kann! In der Theorie und im Nachhinein erweisen sich diese Hinweise oftmals als richtig. Aus der aktuellen Situation heraus ist es mit der vorhandenen Information jedoch oft schwer, die richtige Entscheidung zu treffen. Was im Nachhinein offensichtlich scheint, war es vorher