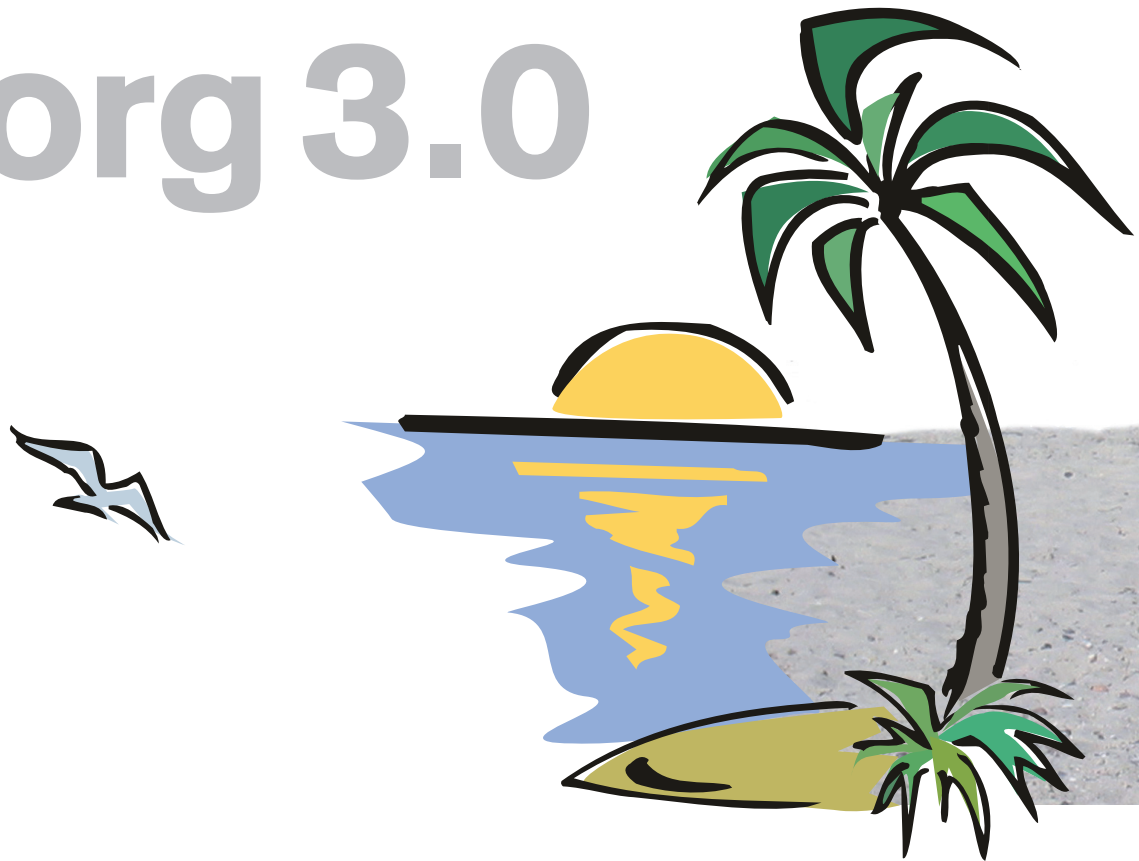


Dr. Andreas Zeuch

Die Insel und der Ozean: Borg 3.0



Kennen Sie Alex Tew? Nein? Nun, er ist offensichtlich so bekannt, dass er immerhin noch 4602 ungelesene E-Mails in seinem Postfach hat, weitere 5998, die er noch beantworten will (viel Spaß Alex!) und hunderte neuer Mails, die jeden Tag auf seine Festplatte strömen. Alex ist, finde ich, ausgesprochen kreativ gewesen, um seine im wahrsten Sinne des Wortes löchrigen Socken zu stopfen. Er hat eine Weile versucht, seine Ausbildungskosten über diverse Jobs zu finanzieren, was aber nicht so richtig funktioniert hat. Außerdem war Alex der Meinung, er sei eher der kreative Typ. Also fläzte er sich an einem späten Abend im Sommer 2005 auf sein Bett und begann ein Brainstorming mit sich selbst. Das Ergebnis: „The Million Dollar Homepage“. Spätestens jetzt werden Sie sich vermutlich erinnern. Klar, das war doch der verrückte Student mit der beneidenswert genialen Idee, jeweils einen Pixel für einen Dollar für Werbeanzeigen auf seiner extra dafür entwickelten Homepage zu verkaufen. Alex hat seine Million zusammen und ob er tatsächlich noch studieren will, geht aus seiner Homepage nicht hervor. Das letzte Update ist vom 26. Oktober 2005.

Warum erzähle ich Ihnen diese Geschichte? Ganz einfach. Es steckt zweierlei darin: Erstens eine neue Erfahrung von Nichtwissen, es sei denn, Sie gehören zu den Lesern, die sich tatsächlich an Alex erinnern, weil Sie eine Diplomarbeit über unkonventionelle Geschäftsmodelle im Web 2.0 geschrieben haben. Allerdings dürften Sie vermutlich mit den Schultern zucken, denn es ist für Sie schlicht unbedeutend, ob Sie Alex kennen oder nicht. Aber damit haben wir eine sehr wohl bedeutsame Unterscheidung eingeführt: nämlich die von relevantem und irrelevantem Nichtwissen. Was aber relevantes Nichtwissen für Sie ist und was nicht, können Sie nur entscheiden, wenn Ihnen Ihr Nichtwissen bewusst ist. Achtung: Das heißt nicht, dass Sie Ihr Nichtwissen in Wissen transformiert haben. Sie können sehr wohl wissen, dass Sie nicht wissen, woher der Zen-Buddhismus kommt oder wer Dietrich Schwanitz ist. Aber erst dann können Sie sich entscheiden, ob Sie diese minder bedeutsamen Bildungslücken mit Wissen auffül-



len sollten. Damit Sie sich bezüglich Herrn Schwanitz nicht den Kopf zerbrechen: Er ist der Autor des leicht anmaßenden Buches „Bildung. Alles was man wissen muss.“ Denn: Woher weiß Herr Schwanitz, was Sie oder ich wissen müssen?

Zweitens, und das scheint mir noch wesentlicher, zeigt diese Geschichte, welche Probleme entstehen, wenn durch Web 2.0 Konsumenten zu Produzenten werden. Es zeigt die Auswirkungen der „Prosumption“, wie es Don Tapscott und Anthony Williams in ihrem Bestseller „Wikinomics“ nennen. Einerseits erzielen die investierenden Unternehmen durch ihre Anzeige auf dieser Homepage mehr Seitenzugriffe als zuvor. Andererseits kapituliert der nicht mehr arme Alex vor einer Flut von E-Mails, denen er nicht mehr Herr werden kann. Kurz gesagt: er ersäuft in Daten. In seinem Fall dürfte das keine große Rollen spielen und wir müssen ihn vermutlich nicht bemitleiden. Aber was passiert, wenn ein Unternehmen etwas ähnliches mit seinen Kunden tun würde?



Die menschliche Stärke liegt in der Intuition

Die im www vorhandene Datenmenge ist dabei, munter zu explodieren. Bislang gibt es beispielsweise rund 110 Millionen Blogs und jeden Tag kommen circa 175.000 dazu¹. Die enorm wachsenden Mitgliederzahlen von Web 2.0-Anbietern wie YouTube, Flickr oder facebook stellen ebenfalls immer mehr Daten unterschiedlichster Art im Netz zur Verfügung² - euphemistisch gesagt. Man könnte es auch anders sehen: Das Netz wird zugemüllt. Exhibitionistischen Unfug von wertvollen Daten zu unterscheiden wird immer schwieriger und ist mit den momentanen Suchmöglichkeiten über Google und vergleichbaren Suchmaschinen zunehmend aufwändiger. Es bedarf einer Lösung. So gesehen ist die Euphorie um das Web 3.0 nur allzu verständlich. Denn irgendwo im Netz wird vermutlich ein Blog schlummern oder ein Forum von Kunden oder potenziellen Kunden, deren Meinung für Ihr Unternehmen klingende Münze wäre. *Das* nicht zu wissen ist relevantes Nichtwissen.

So gesehen wäre das Web 3.0 im Sinne semantischer Netze, die uns die zielsichere und sinnvolle Verknüpfung verschiedener Daten aus unterschiedlichen Speicherorten erlauben, ein virtueller Goldesel. Als Web 3.0-Laië stelle ich mir aber unter anderem folgende Frage: Wie verfahren semantische Netze mit widersprüchlichen Daten? Selbst wissenschaftlich fundierte Ergebnisse retten uns nicht aus diesem informationellen Dilemma. Denken Sie nur mal an den Klimawandel: Gibt es denselbigen oder nicht? Die Wissenschaftler haben widersprüchliche Interpretationen selbst bei derselben Datenlage. Oder wie sieht es mit Genfood aus? Sollen wir auf diese Technologie setzen oder lieber den Skeptikern vertrauen? Da stellt sich schnell eine zentrale Frage: Ist Nichtwissen eine *Carte blanche*, zu handeln oder nicht zu handeln?

¹ vgl. Pech, S. 10-15

² vgl. Scheller/Arndt, S. 44-49

Als Manager sind Sie immer wieder vor das Problem gestellt, einer Information und ihrer Bewertung mehr zu vertrauen als einer anderen. Aber was ist der Referenzpunkt Ihrer Entscheidung? Nehmen Sie sich einen Augenblick Zeit und kehren Sie in sich. Ihre Entscheidung wird zu einem guten Teil intuitiv eingefärbt sein - Sie haben ein nicht weiter begründbares Gefühl, dass die eine Information richtiger und für Ihre Zwecke nützlicher ist, als eine andere. Und diese Entscheidung wird Ihnen das Web 3.0 nicht abnehmen.



Auch Web 3.0 ist keine Kristallkugel

So erscheint es mir als ein gewisser Machbarkeitswahn, dass wir all diese Probleme - und andere, von denen ich vielleicht noch gar nichts weiß - mit den Ontologie-Technologien einschlägiger Anbieter lösen werden. Klar, es wäre nur zu schön, wenn dem so wäre. Dann könnten wir für ein paar Jahre oder - wenn es gut geht - ein paar Jahrzehnte unser altes Gesellschafts- und Wirtschaftsparadigma entgegen unseren täglichen Erfahrungen aufrecht erhalten: Kontrolle und Vorhersagbarkeit.

Dieser kritische Blick bedeutet keineswegs, das Web 3.0 nicht voranzutreiben. Aus meiner Sicht heißt es lediglich, nicht in verfrühte Begeisterung zu verfallen, was in Zukunft alles möglich sei und welche Probleme von heute jetzt schon Lösungen von morgen sind. Niemand kann in die Zukunft blicken. Das ist eine Binsenweisheit, zumindest seit wir uns einig sind, dass Kristallkugeln keine sichere Methode sind, um die Zukunft vorherzusagen. Es gibt also neben dem erhofften Ausweg aus dem Datenchaos des Web 2.0 durch Web 3.0-Technologien auch andere, weniger erquickliche Möglichkeiten, die über das reine Nicht-Funktionieren hinausgehen.


Zum Beispiel, dass es kein einheitliches Netz gibt, sondern dass es zersplitterte, mehr oder weniger lokale Netze gibt. Schließlich verfügt China jetzt schon nur noch über ein zensiertes Teilnetz, das der politischen Führung genehm ist. Nicht ganz so radikal, aber dennoch fraglich ist der Führungsanspruch der USA hinsichtlich der Internet-Root-Server. Es stellt sich die berechtigte Frage, warum eine Regierung die Hoheit über die Hauptknoten des Netzes haben sollte. Und so droht am Horizont die Möglichkeit verschiedener „Internetze“, wie Carsten Hinze von der FutureManagementGroup AG schrieb.

Ebenso könnten die verschiedenen Datenformate immer weiter zersplittern. Wer stellt zum jetzigen Zeitpunkt sicher, dass das erwünschte Gegenteil in Form einer Vereinheitlichung tatsächlich stattfinden wird? User, egal ob professionell oder privat, stehen

zumindest zur Zeit vor dem Problem einer Vielzahl von Datenformaten, die häufig dazu führen, dass Dateien nicht genutzt werden können, bevor nicht die entsprechenden Plugins gesucht, gefunden und erfolgreich installiert worden sind. Was wiederum eine unangenehme Ausweitung des Suchprozesses bedeutet, der eigentlich nur der gesuchten Datei dienen sollte.

Diese Zukunftsfragen vergrößern unser Nichtwissen darüber, wie es in ein paar Jahren weitergehen wird. Die Welt wird Dank Web 3.0 noch komplexer und schwerer absehbar. Jedenfalls solange, bis die Versprechungen und Voraussagen über diese nächste Internet-Revolution eingelöst worden sind.

Auf der Suche nach dem Omegapunkt



John A. Wheeler schrieb einst folgendes: „Unser Wissen ist eine Insel in einem Ozean von Nichtwissen“. An diesem Verhältnis wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Denn neues Wissen generiert *immer* neues Nichtwissen. Letzteres ist die unhintergehbare Kehrseite der Münze, mit der wir in der Wissensgesellschaft zahlen. Da hilft auch kein trickreiches semantisches Netz weiter. Denn am Ende werden immer auch Sie als Mensch Entscheidungen treffen müssen. Und Sie erhalten die Daten nicht nur aus dem Web 2.0 oder einem zukünftigen Web 3.0, sondern auch von Ihren Kollegen, Mitarbeitern, Kunden oder Geschäftspartnern und nicht zuletzt aus Ihrem eigenen Gedächtnis und Ihrer unbewussten Wahrnehmung. Denn dies ist die besondere Crux, die in der bisherigen Diskussion untergegangen zu sein scheint: Wie unser Gehirn funktioniert, dass wir eben nicht Herr unserer Großhirnrinde sind und die Kontrolle haben, welche Daten uns bewusst werden und welche nicht.

Die endgültige Lösung könnte einfach sein: Wir denken bereits jetzt ernsthaft über Mensch-Maschine-Hybride nach. Diese können dann nicht nur mehr Daten, sondern diese auch noch schneller verarbeiten als unser Gehirn, ohne dabei von lästigen, unbewussten Prozessen gestört zu werden: Borg 3.0.

Dr. Andreas Zeuch: Beratung, Training, Vorträge, Podcasting und Publikationen über Intuition und Nichtwissen im Management. Dieser Beitrag steht Ihnen als kostenloses Podcast zu Verfügung: www.dasabenteuerleben.de

