

Kommentar

Barbara Schumy

Modische Mäntelchen



Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht eine als Event verpackte Veranstaltung stattfindet, bei der Experten manierlich miteinander diskutieren. Mehr oder minder seriöse Ranglisten reihen in fast wöchentlichen Abständen Länder, Branchen und Unternehmen auf Endloslisten. Mit hoch dotierten Preisen werden vermeintliche Innovationsführer gekürt. Kein Thema erlebt einen solchen Hype wie Innovation. Forschung liegt im Trend. Findige Unternehmen sind in. Kreative Köpfe mutieren zu Stars in der

Wirtschaft, kaum ein Slogan oder eine Marketing-Kampagne kommt ohne das Wort „Innovation“ aus. Produkte werden mit innovativem Design verkauft und Dienstleistungen als kreativ angepriesen.

Bei genauem Hinsehen zeigt sich, dass das Wort „Innovation“ meist nur ein modisches Mäntelchen ist. Viele Produkte sind alte Hüte, die aufgeputzt wurden, so manche kreative Dienstleistung ist nur Show. Wahre Innovationen brauchen Kultur. In den Unternehmen, wo ein Ambiente herrschen muss, das Neues und Anderes zulässt. Auch die Rahmenbedingungen für Unternehmer müssen passen: Förderer sollten ebenso Geschäftsideen unterstützen, die auf den ersten Blick keine Bestseller auf dem Markt werden, und Risikokapital zur Verfügung stellen, ohne sofortigen Return of Innovation, also deren Rentabilität, einzufordern. Firmengründer, die einen Flop erleben, sollen aber nicht als Versager stigmatisiert werden. Mut, Ideen und Kreativität von Menschen müssen in Österreich gefördert, unterstützt und anerkannt sein. Gibt es ein derartiges Ambiente nicht, ist für radikale Ideen, findige Unternehmer und kreative Köpfe kein Platz, und in den Auslagen wird weiterhin Secondhand- als Neuware verkauft.

Thomas Jäkle

Gustav I an Gustav II



„Adonis“ ist tot – seit 2004. Der Erstversuch in Sachen innovativer Digitalfunk für Polizei und Rettungsdienste wurde vom damaligen Innenminister Ernst Strasser (ÖVP) quasi abgedreht, noch bevor er richtig in Aktion treten konnte. Streitereien über die Kosten waren vorausgegangen. Und die Stimmung im Projektmanagement zwischen Innenministerium und dem damaligen Betreiber Mastertalk, an dem sich auch Siemens beteiligte, war freundlich ausgedrückt gestört. Das Projekt wurde neu ausgeschrieben.

Tetron, eine Tochterfirma von Alcatel und Motorola, bekam den Zuschlag. Und mit Bernhard Krumpel einen Chef, der zuvor in Innenminister Strassers Kabinett gewerkt hatte. Dennoch hat der „Adonis“-Nachfolger mit dem sperrigen Namen „Digitalfunk BOS Austria“ Funkstörungen. Die Länder wollen wieder nicht mitziehen. Die Blaulichtorganisationen zieren sich. Krumpel hat bei Tetron kürzlich das Handtuch geworfen. Österreichweit wollte man erst 2008, dann 2009 und neuerdings 2010, spätestens aber 2011 flächendeckend auf Tetrafunk umgestellt haben. Damit nicht genug: Das Projekt wird um die Kleinigkeit von mindestens 35 Mio. Euro teurer. Bei der Netzplanung hat man sich geirrt. Weil Österreich offenbar mehr Berge hat als zunächst angenommen, müssen statt 1300 nun 1800 Sendeanlagen gebaut werden. Die Investitionssumme erhöht sich auf gut 168 Mio. Euro, etwas mehr als die Hälfte von „Adonis“. Wie viel die Republik Österreich in der außergerichtlichen Einigung Mastertalk bezahlte, darüber hüllen sich die Steitparteien in Schweigen. Mastertalk hatte 2004 auf 181 Mio. Euro Schadenersatz geklagt. Bis es österreichweit zum Funkruf „Gustav I an Gustav II“ kommt, werden somit zehn Jahre vergangen sein – von der Planung bis zum Komplettausbau. Schuld daran sind die anderen. Wie beim Krankenschein auf Chipkarte (E-Card) oder dem Elektronischen Akt, als es vergleichbare Wickel gab. Und wer die Zeche zahlen wird, ist schon klar.

Innovation anno dazumal

Henry Ford war zu seiner Zeit der große Innovator, der die Industriegesellschaft umkremelte. Die Folgen seines Taylorismus mussten nachfolgende Generationen bekämpfen.

Antonio Malony

Eine der wichtigsten Erfindungen des Industriezeitalters war zweifelsohne das Fließband. Wenngleich Henry Ford es nicht erfunden hat, war er doch der Erste, der es für die Autoproduktion einsetzte. Ein genialer Schachzug, der dazu führte, dass das Auto zu einem Massenprodukt und für Ford zu einem großen wirtschaftlichen Erfolg wurde.

Davor wurden Autos auf Holzgestellen montiert – ein wesentlich aufwendigerer, unproduktiver Vorgang. Ford erkannte, dass stärker strukturierte und mechanischere Betriebsabläufe dazu führen würden, dass Arbeiter bei gleichem Lohn zu mehr Arbeit bewegt werden können, weil nicht mehr sie das Tempo vorgeben, sondern eben das Fließband. Seine „Innovation“ der Arbeitswelt war also eine Umsetzung des Management-Prinzips des Taylorismus: Arbeiter sollen in einem Produktionsprozess eingesetzt werden wie die Teile einer Maschine, die bestimmten festgesetzten Abläufen gehorcht. Auf diese Weise schaffte es Henry Ford, sein Fließbandauto „Model T“ zum erschwinglichen Allerweltsmobil zu machen: Die Massenproduktion war geboren.

Eine Massenproduktion braucht natürlich auch einen entsprechend großen Absatz-

markt. Ford erkannte hier die nächste Notwendigkeit für Innovation. Er bezahlte seinen Arbeitern deutlich höhere Löhne als andere Industrien und ließ sie über ein Prämiensystem am Erfolg des Unternehmens teilhaben. Dies allerdings nicht, wie heute noch immer geschrieben wird, als der große Wohltäter der Arbeiterschaft, sondern mit dem Gedanken, dass nur eine ausreichende Kaufkraft der Arbeiterschaft auch den Absatz seiner Massenautos sichern könne. Die Rechnung ging tatsächlich auf: Schon 1918 hatte das „Model T“ in den USA einen Marktanteil von etwa 50 Prozent. Bis 1927 wurden 15 Mio. Modelle hergestellt.

Die soziale Tragweite

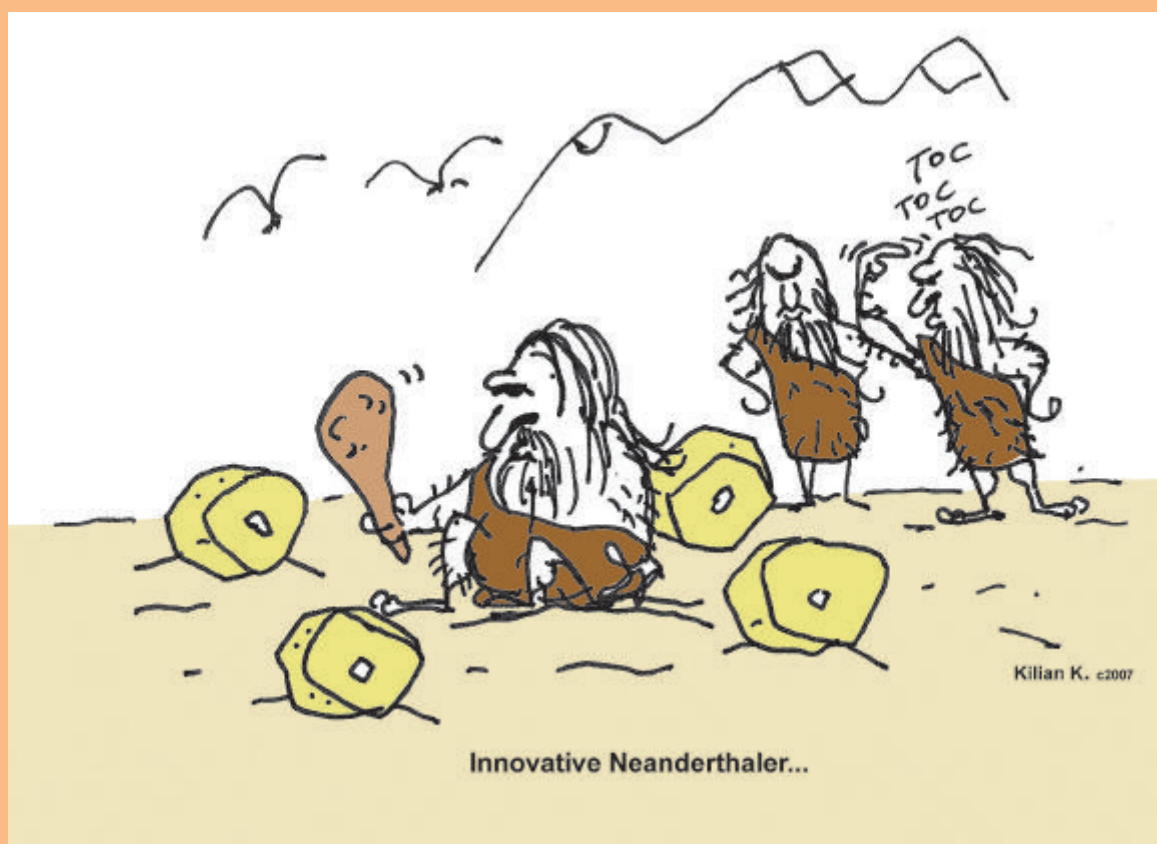
Doch das System Ford ist auch ein gutes Beispiel der Grenzen von Massenproduktion. Denn gerade die Fließbandarbeit begann sich gegen ihren Begründer zu wenden: Arbeiter empfanden den Einsatz zunehmend als monoton und entfremdend, Einsatz und Identifikation mit dem Produkt gingen zurück, und die krankheitsbedingten Abwesenheiten stiegen. Konflikte mit der Unternehmensleitung nahmen zu, die in gewerkschaftlichen Auseinandersetzungen kulminierten. Da nützte es auch nichts, dass Ford seinen Arbeitern in drei Monaten so viel Lohn zahlte, wie ein „Model T“ kostete. Die von Ford

angestrebte „Partnerschaft“ zwischen Arbeitern und Unternehmen begann zu bröckeln. Der Aufbau einer Massenkonsumentengesellschaft steigerte auch die sozialen Probleme, die schließlich in den „New Deal“ der Roosevelt-Ära in den 1930er Jahren mündeten. Der Absatz von Ford-Autos ging aufgrund der stark standardisierten Produkte zurück, die Überproduktion stieg, und die Gewinne sanken.

Dieser Trend befahl die gesamte Industrie, die nach dem Ford-Prinzip arbeitete. Das System der mechanisierten, technokratischen Massenproduktion ging seinem Ende zu und hinterließ steigende Verschuldung und Inflation, da das Prinzip der hohen Löhne als Basis für die Massenkonsumentengesellschaft Unternehmen und auch den Staat in Bedrängnis brachte, der gleichzeitig die soziale Absicherung ausbauen musste. Letztlich halfen sich die USA und viele andere westliche Industrieländer mit staatlichem „Deficit Spending“, um die Binnennachfrage anzukurbeln – was private Investitionen und somit neue Innovationen hemmte. Der Kreislauf endete in Stagnation.

Fords Prinzipien fanden Eingang in Charlie Chaplins Film *Modern Times*, in dem Arbeiter in der Fabrik absurde Maschinen bedienen. Und auch in Aldous Huxleys Roman *Brave New World*, wohlgermerkt.

Karikatur der Woche



Innovative Neanderthaler...

Kilian K. ©2007

Zeichnung: Kilian Kada