



Foto: Mauritius images/Westend61

*Die Welt am Küchentisch verbessern?  
Wer kennt das nicht aus alten Studien-  
zeiten. Über soziale Netzwerke können  
wir heute per Mausclick Gutes tun und  
uns politisch einmischen.*



# Die Bewohner des Netzwerkplaneten

*Entrepreneur, Experte und Weltverbesserer gleichzeitig ohne Zeit- und Raumlimit sein zu können, ist die Verlockung des Web 2.0. Die digitale Technik erfasst immer weitere Lebensbereiche. Für die einen entstehen so alternative Gesellschaftssysteme, für die anderen bloß neue Wege ökonomischen Optimierens.*

Von Roman Tronner

**F**ür nur 60,60 Euro verborgt Lilia ihr altes Käfer-Cabrio. Daniel und Björn „gefällt“ das, sie haben es schon gefahren. Elisabeth stemmt sich wie über 40.000 andere der rasch wachsenden Facebook-Gruppe gegen das Aus der österreichischen Traditions-Süßware Schwedenbombe. Einige regen sogar Crowdfunding an, die Schwarmfinanzierung über das Internet, und wollen die Schulden des Herstellers damit begleichen, pro Kopf um 150 Euro. Auf der Crowdfunding-Plattform 1000x1000.at fließt tatsächlich schon Geld. Den besten Innovationsideen soll dort mit Kapital, das nicht von Banken kommt, ein Marktstart ermöglicht werden. Ideen statt Geld kursieren auf den weltweit zahlreich sprießenden Crowdsourcing-Plattformen. Sie bündeln den Erfindungsreichtum des international verteilten Konzernpersonals ebenso wie die Verbesserungsvorschläge von Kunden, Lieferanten und anderen. >>

## Auf den Punkt gebracht

- Es scheint, als werde das Internet immer mehr zum Werkzeug einer sich neu erfindenden Gesellschaft.
- Denn nicht mehr nur Wohlstand und Wachstum werden angestrebt, sondern neue Formen des sozialen Miteinanders, der politischen Partizipation und des Teilens von Wissen und Gütern.
- Bleibt abzuwarten, ob sich hieraus alternative Gesellschaftsformen und neue Wege in der Ökonomie entwickeln.



**„Der Trend zu teilen ist ein ökonomisches Optimierungsverhalten, um Erhaltungskosten zu sparen und Zeit zu gewinnen.“**

**Gottfried Haber**

Und wer bloß die Welt zum Beispiel vor dem Klima-Kollaps retten will, dafür aber nicht aus dem Bett zu steigen bereit ist, kann sich bequem über [helpfromhome.org](http://helpfromhome.org) eine Initiative aussuchen – mit 100-Prozent-Pyjama-Garantie.

Im Internet der zweiten Generation tut sich Erstaunliches. Längst ist es nicht mehr nur die Generation Internet, die sich aus Spaßgründen im Universum der Social Media aufhält. Die digitale Technik ist im Alltag weit reichender Bevölkerungsschichten angekommen. Rund 80 Prozent aller Österreicher über 14 Jahre haben laut Austrian Internet Monitor einen Internetanschluss zu Hause, 25 Prozent surfen mobil. Die Jungen am intensivsten, aber sogar schon knapp ein Drittel der über 70-Jährigen. Jedes zweite Mobiltelefon in Österreich ist laut Social Impact Studie von Telekom Austria und GfK bereits ein Smartphone. Beeindruckend sind auch die Zahlen zum Mitmach-Web selbst: Über 2,8 Millionen Österreicher haben ein Profil auf der wohl bekanntesten Social-Media-Plattform Facebook, rund 650.000 von ihnen sind immerhin schon älter als 40, hat das Social Media Radar Austria herausge-

funden. Und dennoch ist es nur die Spitze im Web-2.0-Universum mit seinen Anwendungen für fast alle Lebenslagen.

### **Leben in der Netzwerkgesellschaft**

Hand aufs Herz: Hätte jemand vor 20 Jahren wildfremden Leuten den eigenen fahrbaren Untersatz für ein Wochenende überlassen? Was bringt Menschen dazu, ihren Besitz und ihr Wissen zu teilen, sich für Anliegen spontan und nachhaltig zu engagieren? Ein tiefgreifender sozialer Wandel findet statt, in dem das Individuum vollkommen neu definiert ist. So analysieren es die Kultur- und Sozialwissenschaften. Bereits zu Beginn des 21. Jahrhunderts sah der spanische Soziologie Manuel Castells die Welt am Weg zu einer Netzwerkgesellschaft, in der das Individuum in einem Netz aus Beziehungen lebt. Der seit den 1960er Jahren in den westlichen Gesellschaften wachsende Wunsch nach Teilhabe am politischen Prozess wurde durch den egalitären, transparenten Charakter des Internets begünstigt, der Wandel in Richtung eines vernetzten Individualismus beschleunigt, der Mensch zur Selbstdarstellung gezwungen, deutet Castells. Der durch das Internet entstandene virtuelle Raum bietet Platz, in kurzer Zeit seine Anliegen tausenden anderen mitzuteilen und sich basisdemokratisch zu formieren, Stichwort Rettung der Schwedenbombe. Gleichzeitig macht er unsere so geschärften Profile öffentlich und relativiert Privatheit.

### **Teil einer neuen, alten Ökonomie**

Dass wir sogar unsere Wohnung via Webplattform an Touristen zu vermieten bereit sind, hat neben einer neuen Einstellung zu Privatheit und Besitz, welcher gern als Identitätsstifter dient, sicher auch mit der angespannten Wirtschaftssituation und teils sinkenden Realeinkommen zu tun. Außerdem können digitale Technologien ebenso als willkommenes Mittel gedeutet werden, der steigenden Komplexität des Alltags zu entkommen. Wer braucht als Städter noch einen pflege- und kostenintensiven eigenen Wagen, wenn eine Smartphone-App genügt, um das nächste Carsharing-Auto zu finden, einzusteigen und loszufahren. Teilen als Vereinfachung des Lebens. Und als Steigerung seiner Effizienz. In Zeiten gesättigter Märkte, in denen sich hohe Wachstumsraten



### GOTTFRIED HABER

Univ.-Prof. MMag. Dr. Gottfried Haber ist Professor an der Donau-Universität Krems und verantwortlich für die Fachbereiche „Management im Gesundheitswesen“ sowie „Wirtschafts- und Finanzpolitik“. Haber wurde von der Bundesregierung zum Mitglied des Generalrats der Österreichischen Nationalbank ernannt. Er studierte Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien.



### REINHARD WILLFORT

DI Dr. Reinhard Willfort koordiniert an der Donau-Universität Krems die Fachvertiefungen im Masterlehrgang „Innovationsmanagement“ und unterrichtet im „Professional MBA Entrepreneurship & Innovation Management“. 2001 gründete er die Innovations-schmiede ISN und leitet sie bis heute. Willfort fungiert auch als Geschäftsführer der Neurovation GmbH, die Tools für Open Innovation entwickelt.

## Micro-Volunteering: Wie das Web 2.0 den Boom des Helfens verstärken könnte

Beachtliche 46,8 Prozent der über 15-Jährigen sind in Niederösterreich freiwillig tätig. Laut einer im Auftrag der HYPO NOE Gruppe vom Zentrum für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung der Donau-Universität Krems durchgeführten Studie engagieren sich in Niederösterreich insgesamt 617.804 Personen als freiwillige Mitarbeiter. Am stärksten in der Nachbarschaftshilfe und in der Kirche sowie in den Katastrophenhilfe- und Rettungsdiensten. Dieser Einsatz entspricht rund 100.000 Vollzeit-Arbeitnehmern oder rund 3,16 Milliarden Euro nach Arbeitskostenenerhebung. Volunteering ist „in“. Bei der Altersverteilung fällt aber auf: Nur 17,4 Prozent der 15- bis 29-Jährigen engagieren sich, in Relation zum Bevölkerungsanteil

gesehen also weniger als die Eltern- oder Großelterngeneration. Nach der Trendstudie 2012 des Kelkheimer Zukunftsinstituts klaffen gerade bei Jugendlichen die in Umfragen angegebene Bereitschaft und das tatsächliche Engagement als Freiwillige weit auseinander. Rund die Hälfte der 14- bis 24-jährigen Deutschen ist zwar grundsätzlich bereit, engagiert sich aber dennoch nicht. Abhilfe, so die Studie, könnte hier das Web 2.0 unter dem Stichwort Micro-Volunteering schaffen, verbrächten doch

**46,8 Prozent**  
der über 15-Jährigen sind in  
Niederösterreich freiwillig tätig.

junge Menschen fast täglich mehrere Stunden im Internet. Gerade karitative, soziale und ökologische Initiativen könnten durch Social Media nicht nur die Web-2.0-affinen Jugendlichen besser ansprechen, sondern auch die physische Freiwilligenarbeit durch die Möglichkeiten der digitalen Technik bereichern.

durch höheren Produktabsatz nicht mehr erzielen lassen, ein Gebot der Stunde. Der bekannte Zukunftsforscher Matthias Horx, Gründer des deutschen Zukunftsinstituts in Kelkheim bei Frankfurt, sieht bereits den Trend zu einer Effizienzmarkt-Ökonomie, in der Wachstum und damit Wohlstandssicherung durch intelligente und ressourcenschonende Dienstleistungen erreicht werden. Der Trend zu teilen, wie beim Car-Sharing, so Gottfried Haber, Wirtschaftsexperte an der Donau-Universität Krems, sei auch nur ein ökonomisches Optimierungsverhalten, um Erhaltungskosten zu sparen und Zeit zu gewinnen. Letztlich seien es durch die Wirtschaftskrise hervorgerufene Modelle auf der Suche nach Absicherung des Wohlstands.

In solchen Zeiten ist Innovation gefragt. Digitale Technik spielt auch hier Helferlein. Es ist sicher kein Zufall, dass der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler und Autor Henry Chesbrough sein viel beachtetes Buch zu „Open Innovation 2003“ just in dem Jahr veröffentlichte, als der Begriff Web 2.0 erstmals gegenüber einer breiten US-Öf-

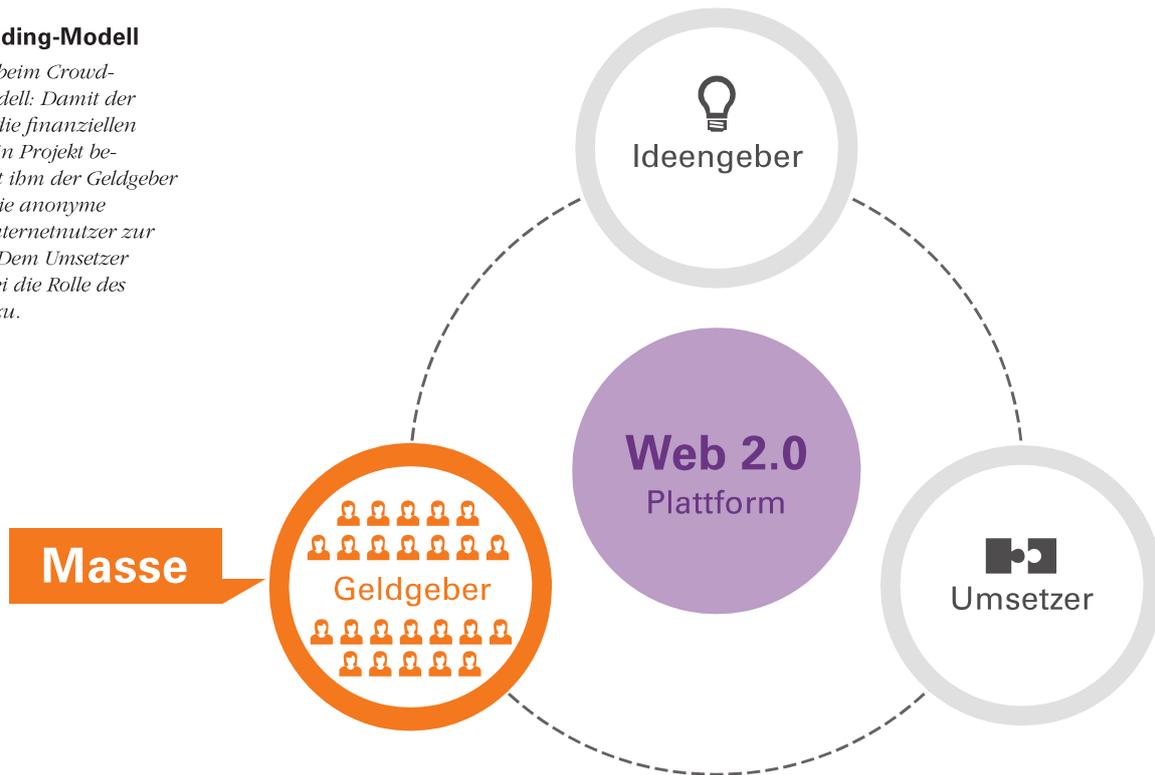
fentlichkeit Erwähnung fand. Mit Hilfe des Internets sollte schon damals das Gehirnschmalz möglichst vieler mobilisiert werden.

### Wissen bündeln

Auf das Anzapfen solchen Expertenwissens hat sich Reinhard Willfort spezialisiert. Er ist Eigentümer des Innovationsdienstleisters ISN – Innovation Service Network. Wissen zu teilen, das sei tief im Wesen des Menschen verankert, mit dem Web 2.0 sei da eine demokratische Bewegung entstanden, sagt Willfort. Außerdem: „Innovation ist immer risikobehaftet, gerade der auf Web 2.0 gestützte Informations- und Wissenstransfer bei Open Innovation hilft, das Innovationsrisiko zu senken.“ Für die Bündelung des Wissens mit Hilfe des Internets prägte der amerikanische Journalist und Blogger Jeff Howe 2006 den Begriff Crowdsourcing, der, so Willfort, durch Web 2.0 eine interessante Erweiterung Richtung soziale Netze erfuhr. Mit Neurovation.net entwickelte der Innovationsexperte eine eigene Crowdsourcing-Plattform, die erfolgreich beim weltweit >>

### Crowdfunding-Modell

Der Ansatz beim Crowdfunding-Modell: Damit der Ideengeber die finanziellen Mittel für sein Projekt bekommt, stellt ihm der Geldgeber diese über die anonyme Masse der Internetnutzer zur Verfügung. Dem Umsetzer kommt dabei die Rolle des Vermittlers zu.



**„Crowdfunding hat im vergangenen Jahr weltweit bereits geschätzte 2,8 Milliarden Dollar bewegt.“**

Reinhard Willfort

agierenden österreichischen Motorenentwickler AVL List eingesetzt wird, um im bereits hoch innovativen Unternehmen noch mehr Ideen der mehr als 5000 über den Globus verteilten Mitarbeiter mobilisieren zu können. Im 2012 durchgeführten Crowdsourcing-Projekt „AVL Great Ideas“ wurde auf Basis der Neurovation-Plattform ein Ideenwettbewerb durchgeführt. 850 Mitarbeiter brachten 120 Vorschläge ein und bildeten Innovationsnetzwerke quer über alle Kontinente. Den Leuten ging es darum, eigene Ideen einbringen zu können und damit bei der Weiterentwicklung des Unternehmens hautnah dabei zu sein. Crowdsourcing, sagt Willfort, löse starke Begeisterung für das Unternehmen aus und sei nicht nur eine Innovationsmaschine, sondern auch effektives Mittel der internen Kommunikation und des Employer Brandings.

Willforts neueste Idee ist es, Open Innovation mit Crowdinvesting zu kombinieren. Crowdfunding, so der Innovationsexperte, habe im vergangenen Jahr weltweit bereits geschätzte 2,8 Milliarden Dollar bewegt. Angesichts der zig Milliarden an weltweit ver-

gebenen Krediten eine noch kleine Summe, aber gerade in Zeiten zurückhaltender Banken vor allem für kleine und mittlere Unternehmen und Start-ups eine willkommene Option. Mit seiner im März 2012 gegründeten Plattform 1000x1000.at will Willfort, damit Pionier in Österreich, gegensteuern und dank der Bereitschaft der Crowd im Internet unter anderem neue Möglichkeiten der Innovationsfinanzierung erschließen. Das Prinzip ist einfach: Nicht ein Investor setzt sein gesamtes Kapital auf ein Projekt, sondern viele so genannte „Mikroinvestoren“ stellen kleinere Geldbeträge für unterschiedliche Projekte bereit. Die über Web 2.0 initiierten Investoren-Netzwerke stellen nicht nur das Risikokapital zur Verfügung, sondern multiplizieren damit auch die Promotion der neuen Ideen. Das ist ein wesentlicher Mehrwert der Crowd, die damit selbst etwas zum Erfolg des Projektes beitragen kann. Durch die Verteilung des Risikokapitals auf mehrere Projekte kann zusätzlich das Risiko des einzelnen Investors gesenkt werden. Aber selbst wenn ein Projekt nicht durch die Crowd finanziert wird, ist damit



### HANNA POSCH

DI Hanna Posch ist Gründungsmitglied und Geschäftsführerin von PlanSinn, einem 1997 gegründeten Büro für Planungs- und Kommunikationsaufgaben in Wien. Posch studierte Landschaftsökologie und Landschaftsgestaltung an der Universität für Bodenkultur Wien. Ihre Arbeitsschwerpunkte umfassen Moderation, Prozessbegleitung, Partizipation von Kindern und Erwachsenen, Öffentlicher Raum, Freiräume für Kinder, Gender Mainstreaming in der Stadtplanung sowie Umweltpädagogik.

ein wichtiges Markt-Feedback der kollektiven Intelligenz der Masse zu einem sehr frühen Zeitpunkt gegeben. Fünf Projekte laufen bereits, darunter „Bauen mit Stroh“, eine Geschichtensuchmaschine, eine App-Entwicklung und ein Projekt aus dem Sportbereich. Den Segen der Finanzmarktaufsicht hat sich Willfort wohlweislich eingeholt.

Für Wirtschaftsexperte Haber ist Crowdinvesting ein Zukunftsmodell. Als Mitglied einer Arbeitsgruppe der Wirtschaftskammer Österreich, der auch Willfort angehört, begrüßt er solche Initiativen als Ergänzung konventioneller Wege, sich mit Kapital zu versorgen – ohne aufwändige Regularien durchlaufen zu müssen. Das Spannungsfeld zwischen leichterem Kapitalzugang und Anlegerschutz müsse jedoch Beachtung finden. Einen radikalen gesellschaftlichen Wandel oder ökonomischen Paradigmenwechsel will Haber durch digitale Technologien zwar nicht erkennen, wohl aber einen wichtigen Beitrag, den in Lehrbüchern seit Jahrhunderten beschriebenen „vollkommenen Markt“ aus der Theorie heraus näher an seine Verwirklichung zu bringen. „Wir gehen in der Volkswirtschaft davon aus, dass alle Marktteilnehmer vollkommene Informationen haben, dass sich diese Akteure ohne Einschränkungen am Markt bewegen können. Informations- und Kommunikationstechnologien schaffen, dass der Einzelne schneller und besser informiert am Markt teilnehmen kann. Das gilt auch für Open-Innovation-Prozesse.“ Marktwirtschaft basiere, erklärt Haber, auf dem sehr demokratischen Grundgedanken, die Freiheit des Einzelnen zu maximieren. Das funktioniere besser, wenn die Einzelnen näher zusammenrücken. Moderne, digitale Technologien führen hier dazu, dass die Distanzen zwischen den Menschen reduziert würden.

#### Werkzeug einer neuen Gesellschaft?

Auf diese Distanzverringering durch das Internet baut auch moderne Bürgerbeteiligung. „Web 2.0 funktioniert aus meiner Sicht vor allem gut für Beteiligungsprozesse, die über ein lokales Interesse hinausgehen, also für Plätze, die überregional wichtig sind, oder für strategische Planungen“, urteilt Hanna Posch, Geschäftsführerin von PlanSinn und Expertin für Bürgerbeteiligung. Ideal sei die Kombination aus Online- und

Offline-Prozessen, so ließen sich nicht unbedingt mehr Menschen, aber bestimmte Gruppen wie Berufstätige oder solche mit Kinderbetreuungspflichten besser erreichen. Blended Participation heißt die Formel, die von PlanSinn erfolgreich vor kurzem zur Beteiligung von Anrainern und Bürgern zur Gestaltung des in die Jahre gekommenen Wiener Schwedenplatzes angewandt wurde. Das Internet erhöhe nicht unbedingt die Bereitschaft zur Partizipation, so Posch, sein Wert liege in der Ausweitung der Beteiligungsmöglichkeiten.

Aber frisst nicht die digitale Revolution bereits ihre Kinder? Eine jüngst in den USA veröffentlichte Studie des Forschungsinstituts Pew konstatiert möglicherweise einen Wendepunkt in der Entwicklung des Inbegriffs des Web 2.0: Facebook. Das Interesse, so die Studie, schwinde, Nutzer wendeten sich anderen Netzwerken zu aufgrund langweiliger Inhalte. Es ist also nicht unmöglich, dass Facebook so wie sein Vorgänger Myspace schon bald in der Bedeutungslosigkeit versinken wird. Der Verdienst ist dann wohl der, als Massenphänomen den Weg bereitet zu haben für die Nutzung spezifischer Anwendungen. Als Werkzeug für eine sich neu erfindende Gesellschaft. ■

#### LITERATUR UND LINKS

Michaela Löffler und Angelika Kofler: „Facebook & Co. – Die Bedeutung der gar nicht mehr so neuen Medien“, in Erna Lackner (Hg.): *Neue Medien in Kultur und Wirtschaft*, Studienverlag, 2012

Henry William Chesbrough: *Open Innovation, The New Imperative for Creating And Profiting from Technology*, Harvard Business School Press, 2006

Matthias Horx (Hg.): *Trend-Report 2012, Soziokulturelle Schlüsseltrends für die Märkte von morgen*, Zukunftsinstitut, Kelkheim, 2011

Manuel Castells: *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Band 1 der Trilogie „Das Informationszeitalter“*, Leske+Budrich, 2003

*Förderung der Innovationskultur:*  
[www.1000x1000.at](http://www.1000x1000.at)

*Open Innovation Community:*  
[www.openinnovation.net](http://www.openinnovation.net)

*Kreativer Ideenpool:*  
[www.neurovation.net](http://www.neurovation.net)