

Thomas Anderer

Das Phönix-Phänomen

Thomas Anderer

Das Phönix-Phänomen

Die Entwicklung der New Economy in Deutschland
und was Sie daraus lernen können



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage April 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 2001

Softcover reprint of the hardcover 1st edition 2001

Lektorat: Jens Kreibaum

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.
www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Satz: Fotosatz-Service Köhler GmbH, Würzburg

ISBN-13: 978-3-322-82398-4

e-ISBN-13: 978-3-322-82397-7

DOI: 10.1007/978-3-322-82397-7

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	9
Vorwort: A digital heartbeat	11
Kapitel 1: Ihr habt es einfach nicht kapiert!	13
„The party is over!“ – War da was?	13
The revolution starts here	15
Die digitale Revolution erreicht Deutschland	17
Das jähe Ende	19
Kapitel 2: New Economy – Wirtschaft der Zukunft oder gigantische Seifenblase?	23
New Economy – ein Begriff am Rande der Sprachverwirrung	23
Das Internet als Keimzelle der New Economy	25
Die New Economy: Unterwegs in die Wissensgesellschaft	27
Die neuen Geldquellen: Der Sog von Innovationen und Wachstum	28
Wirtschaft im Hochgeschwindigkeitsrausch: Tempo = Wachstum	30
Grenzen überwinden, Netzwerke nutzen	32
Neue Werte für die Unternehmen	36
Kreative Unternehmerpersönlichkeiten	37
Die magische Formel der New Economy	37
Kapitel 3: Erfolg ist, wenn alle dran glauben – jedenfalls an der Börse	39
Ein Rucken, ein Zucken und dann ab ins Unternehmer-Paradies!	39
Und siehe, Euch Aktionären wird ein Heiland geboren!	41
Schneller, höher, reicher!	42
Wovon Banker nur träumen	44
Die ungewöhnlichen Strategien von Opas Geldverwaltern	45
Hans-im-Glück – Geld spielt keine Rolle	46
Weiblich, ledig, jung – Emmisions-Bank sucht Unternehmen	48
Dummheit schützt vor Pleite nicht	50
Die Geldgier frisst ihre eigenen Früchte	52

Die „Totcom“-Häme verkennt die Qualität des Neuen Marktes	54
Die Performance der Wunderkinder ohne Schauspiel-Diplom . . .	56
Woran erkennt man schwarze Schafe?	58

Kapitel 4: Wenn man vor lauter Dollar die Wirtschaft nicht mehr sieht 61

Wahnsinnsspiel: Wachstum ohne Grenzen	61
Der wilde Tanz zur Nationalhymne vom „Wachstum“	63
Überraschung: Gewinn ist nur ein Bruchteil des Umsatzes . . .	65
Wachstumszahlen als Koks der Aktionäre	67
Haffas Wundergeschichten vom unendlichen Wachstum	69
Wachstum ist, wenn ... – ... das Werbebudget	
die Werbeeinnahmen übertrifft	71
Kann man sich mit fünfzig Prozent Wachstum zufriedengeben? .	74
High-speed-Wachstum? Aber den Crashtest bitte in Zeitlupe! .	76
Die Henne-Ei-Regel der New Economy	80

Kapitel 5: Globalisierung – der Wunschtraum vom grenzenlosen Markt 83

Die Enkel Erhards versuchten sich auch als Einsteins Enkel . . .	83
Würstchen in New York, Rio oder auch im Takkatukka-Land .	84
Global, but simple: Weltweit gleiche Preise fürs gleiche Produkt	87
Globale Mittelklasse: Ein Unternehmen überall	88
Globale Perfektion: Produktion im Industrie-Nirvana	89
Knochenarbeit für Captain Kirk und seine New Economy-Crew	90
Harte Realität Teil 1: Verfügbarkeit und Kundennähe	92
Harte Realität Teil 2: Logistik und Warenfluss	93
Harte Realität Teil 3: Regionalisierung	94
Harte Realität Teil 4: Kampf der Kulturen	95
Harte Realität Teil 5: Privates und Persönliches	97
Blutige Nasen im World Wide Business	98
Nischenpolitik: Virtuell auf dem Teppich bleiben	99
Niemand ist von Geburt an ein Global Player	101

Kapitel 6: Allianzen und Netzwerke – Gemeinsam zum Ziel! 105

Die große Stärke des Internets: Netzwerkeffekte	105
Communities – Die Magie gemeinsamer Erfahrungen	107
Der Kunde ist König, auch der seiner Meinungsbildung	108
Wo sind die Drehschrauben für den Netzwerkeffekt?	111

Allianzen statt Fusionen	113
Plötzlich turteln auch die alten Erzfeinde	115
Was ist Qualität und was ist Schnickschnack?	117
SCM – Konzentration aufs Kerngeschäft	118
Die Allianz zwischen Alt und Jung birgt große Chancen	120
Erfahrung tut gut	122

Kapitel 7: Supply Chain Management – ab wann ist eine Ware eine Ware? 127

Produkte aus dem Nichts?	127
E-Logistik oder: Wie kommt der Apfel durch die Datenleitung?	129
Individualisierung ist Trumpf: Das „Dell-Modell“	131
Der lange Weg zum Kunden	133
Web-Jeans und Online-Versicherungen	134
Die Online-Gärtnerei	137
Chancen jenseits des Tellerrandes	138
Service-Note „Mangelhaft“	140
Ideen aus dem Web und für das Web	141
Reale Warenströme optimieren	142
Old und New Economy – eine perfekte Ergänzung	144

Kapitel 8: Leadership – Jede Generation hat ihre Helden 147

Unternehmer als Popstars	147
Von den Großvätern zu den Enkeln	149
Besondere Leader für eine andere Wirtschaftswelt	151
Köpfe der New Economy I: Bernd Kolb – der charismatische Internet-Pionier	153
Führungsqualität soziale Kompetenz: Leistung durch Motivation	155
Köpfe der New Economy II: Paulus Neef – Mitarbeiter sind der entscheidende Wettbewerbsvorteil	156
Führungsqualität Kompetenz: Wo geht es lang?	159
Köpfe der New Economy III: Michael Otto – Erfolg an der Schnittstelle zwischen Alt und Neu	159
Köpfe der New Economy IV: Friedrich von Bohlen – Mit Spezial-Know-how zum Star der Biotech-Szene	161
Köpfe der New Economy V: Susanne Westphal – Doppelter Neuanfang mit Preiswärter	162
Starkult ist keine Seifenblase	164

Kapitel 9: Die New Economy revolutioniert die Unternehmen	167
Schnitzeljagd und Komfortzonen	167
Wertewandel: der Job als Spaßfaktor	169
Mein Kumpel ist Chef – keine Chance für Hierarchien	170
Stock Options oder der Freifahrtschein zu ewigem Wohlstand	173
Karriere nach Maß oder Patchwork-Biographie?	174
Ohne festen Arbeitsplatz?	177
Arbeiten ohne Ende?	178
E-Mail-Flut und Info-Terror	181
Was nun, New Economy?	182
Kapitel 10: Nach der sozialen nun die demokratische Marktwirtschaft?	185
MEB – Mitarbeitereigener Betrieb Prenzlauer Berg	185
Sind die Netkids die Sprösslinge der Alt-68er?	186
<i>Cluetrain Manifest</i> – 95 Thesen wählen die direkte Sprache	188
Wirtschaft ist wie ein Daily Talk im Fernsehen	190
Taschengeld plus Stock-Options gibt irgendwann Reichtum	192
Der Zwang zur AG	194
„Exit-Kapitalismus“ – im richtigen Moment aussteigen	195
„Workonomics-Kennzahlen“ für den Aktienkurs	196
„Normalarbeitsverhältnisse“? (Alb-)Traum der New Economy!	198
Lafontaine tobt vor Wut	199
Ein Gespenst geht um in der New Economy	201
Gewerkschafter entern das sinkende Schiff der New Economy	202
Kapitel 11 (Epilog): Bitte keinen Krieg mehr!	205
Wirtschaft ist Krieg! – Ach ja?	205
Die Mobilisierung der Massen	207
Winners and Losers	208
Das Ende vom Lied?	210
Old Economy? New Economy? One Economy!	212
Wohin die Reise geht...	213
Danksagung	215
Stichwortverzeichnis	217
Der Autor	223