

Zerreißen oder zerrissen werden?

Digital disruptiv: Dysfunktional und destruktiv!

M. Spitzer, Ulm

„Die Welle der Disruption rollt“¹. (►Abb. 1). Seit einiger Zeit hört man auf Fachtagungen, liest in Zeitungen und erfährt in Diskussionen, dass die digitale Technologie heute vor allem eines sei: *disruptiv* – also wörtlich übersetzt *zerreißend*. Damit ist gemeint, dass eine Neuerung bzw. eine Erfindung den Effekt hat, die Welt nicht nur zu verändern, sondern Teile der bekannten Welt überflüssig zu machen, sodass es diese Teile zerreißt und sie erstaunlich schnell verschwinden: Das Auto ließ die Pferdekutsche verschwinden, die CD die Schallplatte und MP3 samt iPod dann die CD. Als Computer erfunden wurden, nahm man bei IBM an, der Markt für diese Geräte sei sehr klein, weil man weltweit nur ein paar Geräte (Großcomputer, genannt *Mainframes*) brauche. Jahrzehnte später besitzt jeder einen Personal Computer (PC) und die Großcomputer sind verschwunden. Ein weiteres oft angeführtes Beispiel ist die im Jahr 1892 gegründete Firma Kodak. Sie stellte Foto- und Filmkameras sowie Filme, Fotopapier und weiteres Zubehör her, war weltweit bekannt, riesengroß und sehr erfolgreich. Bereits 1975 wurde dort die erste Digitalkamera gebaut, man hielt sie aber für so schlecht, dass man sich lieber weiter auf die konventionelle Fotografie konzentrierte – mit dem Effekt, dass es heute Kodak nicht mehr gibt.²

In jedem dieser Beispiele wurde nicht ein vorhandenes Produkt bzw. eine vorhandene Technik weiterentwickelt, sondern etwas völlig Neues geschaffen. „Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt schnellere Pferde.“ Dieses Zitat von Henry Ford³ zeigt klar,

worum es hier inhaltlich geht: Manche Neuerungen vollziehen sich nicht langsam und im Sinne einer Evolution (von schon Vorhandenem zu etwas Neuem), sondern wie eine Revolution. Das Alte verschwindet vollkommen und wird durch etwas ganz Neues ersetzt.

Wie so mancher neue Name bewirkte auch dieser die Verdinglichung des Bezeichneten.

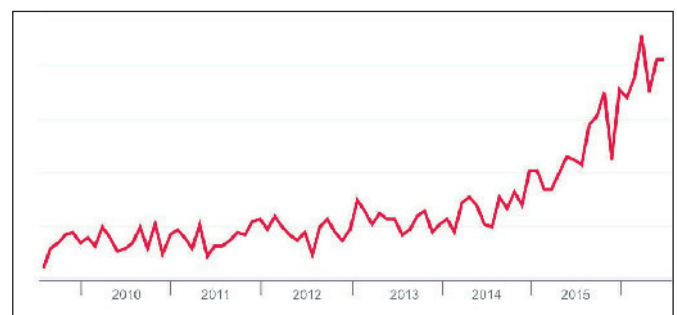
Diese Überlegungen sind hinlänglich bekannt. Neu hingegen ist der Gedanke, dass dies in ganz besonderem Maße für die digitale Technik (die „digitale Revolution“) zutrifft, dass durch sie vieles Alte so gründlich und schnell verschwindet, dass man für diesen Prozess das Wort „zerreißend“ („disruptiv“) verwendet und dass man dies ganz prinzipiell für gut und wünschenswert erklärt. Wie so mancher neue Name bewirkte auch diese Bezeichnung eines Prozesses („disruptive innovation“), eines allgemeinen Sachgebiets („disruptive technology“) bzw. einer Sache („disruptive product“) deren Verdinglichung, was dazu führt, dass man das Wort im Substantiv verwendet

(„this course is on disruption“ beschreibt jemand den Inhalt einer Lehrveranstaltung) und vor allem gedankenlos auf alles mögliche überträgt. Man spricht mittlerweile sogar nicht mehr von der Digitalisierung von Schulen, Universitäten oder der Medizin, sondern von „disruptive education“, „disruptive university“ und „disruptive health care“. Das alles sei ebenso unvermeidbar wie es zugleich auch gut sei.

So zumindest behauptet es der Harvard-Ökonom Clayton M. Christensen in seinem Buch *The Innovators Dilemma* aus dem Jahr 1995 (►Abb. 2) und in mehr als einem halben Dutzend weiterer Bücher (6). Er argumentiert, dass Manager gerade deswegen, weil sie dazu neigen, sich an den Wünschen der Kunden zu orientieren, zwar einerseits den Erfolg der Firma über Jahrzehnte sichern, andererseits jedoch neue Entwicklungen systematisch nicht mehr im Blick haben. Dadurch würden ihre früher „richtigen“ Entscheidungen nun falsch (was den Titel des Buchs erklärt).

Der Artikel *Disruptive Technologies: Catching the Wave*, den Christensen zusammen mit seinem Kollegen Joseph L. Bower im Jahr 1995 im *Harvard Business Review*

Abb. 1
Interesse am Wort „disruptiv“ in den deutschen Medien von August 2009 bis Juli 2016 (nach Google Trends, abgerufen am 2.8.2016).



Nervenheilkunde 2016; 35: 553–557

Korrespondenzadresse

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, Universitätsklinikum Ulm
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie III
Leimgrubenweg 12, 89075 Ulm

1 Nachzulesen bei Euroforum, einem Informationsanbieter im IT-Bereich, der zum „Disruption Day. Das ultimative Überlebenstraining“ am 29.9.2016 ins Schmidt Theater, Hamburg, einlädt (<http://www.euroforum.de/disruptionday/whitepaper/?referer=QU:RGD&gclid=CJqtm43pi84CFUg8GwoduGwIow>, abgerufen am 24.7.2016).

2 Es werden weder Kameras noch Filme produziert. Nur im Bereich des professionellen Drucks wird noch produziert. Eine 2013 gegründete Nachfolgefirma, Kodak Alaris, betreibt die Produktion von Filmen und Fotopapier (als „Nischenprodukte“) auf kleiner Flamme.

3 <http://www.henry-ford.net/deutsch/zitate.html>.

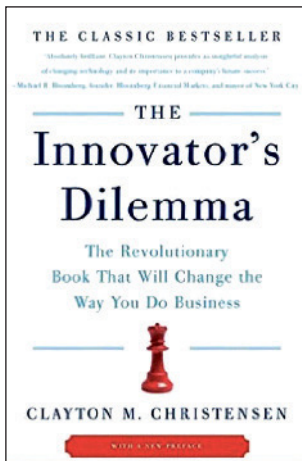


Abb. 2 Cover des Nachdrucks der Monografie *The Innovator's Dilemma* von Clayton M. Christensen aus dem Jahr 2011. Das Buch erschien im Jahr 1997 und wurde 1999 zum Bestseller – auf dem Höhepunkt der ersten *dot-com* Börsenblase, die kurze Zeit später bekanntermaßen zerplatzte.

publizierte (3), verfolgte die gleiche Argumentationslinie und machte die Idee weltweit bekannt. Im Gegensatz zum normalen (inkrementellen, evolutionären) Fortschritt, verändere eine disruptive Technologie nicht einfach eine schon existierende Technik, sondern revolutioniere einen ganzen Markt, schaffe einen neuen, und ließe einen alten untergehen. Dabei sind die neuen disruptiven Produkte anfangs oft nicht so gut wie die alten, beginnen zuweilen als billige Nischenprodukte, setzen sich jedoch dann plötzlich sehr rasch durch.

Man hat Christensen daher auch zuweilen mit Thomas Kuhn und dessen These von der (inkrementellen, evolutionären) „Normalwissenschaft“ im Gegensatz zu Paradigmenwechseln bei wissenschaftlichen Revolutionen verglichen (9). Gern und oft werden die Firma Apple und deren Produkte (grafische Benutzeroberfläche, iPad, iPhone) als positive Beispiele für disruptive Innovationen angeführt. Man sehe an ihnen deutlich, wie gut und erstrebenswert es sei, wenn das Neue das Alte in der Luft zerreißt. Daher müsse man auf Disruption setzen, nicht zuletzt, um nicht selbst Zerrissen zu werden: „Disrupt or be disrupted“ lautet daher auch das neue Mantra der Betriebswirtschaftler.

Ein Problem an der gesamten Argumentation von Christensen ist, dass man immer erst *hinterher* weiß, ob etwas Neues

zu einer disruptiven Innovation geworden ist oder nicht. Eine sichere Vorhersage hierzu ist nicht möglich. So war beispielsweise das Apple Newton Messagepad (► Abb. 3) ein vollkommen neues, geniales Gerät mit einer ganzen Reihe nützlicher Eigenschaften (z. B. Erkennung der Handschrift) und Anwendungen und wurde – ein Flop! Fünf Jahre nach seiner Einführung wurde die Produktion des Produkts bzw. der Produktpalette von dem neuen (alten) Chef von Apple, Steve Jobs, eingestellt.

Christensens „Fälle“ sind zudem willkürlich ausgewählt und zeigen insbesondere, wie Unternehmen *scheitern* können. Sie zeigen *nicht*, wie sich Erfolg mit Notwendigkeit einstellt. Und wenn der Autor behauptet, dass es mit einem Unternehmen auch dann schiefgehen kann, wenn die Manager alles – vermeintlich – richtig machen (beispielsweise sich an den Kundenwünschen orientieren und die Produkte weiterentwickeln), dann drückt er aus, was

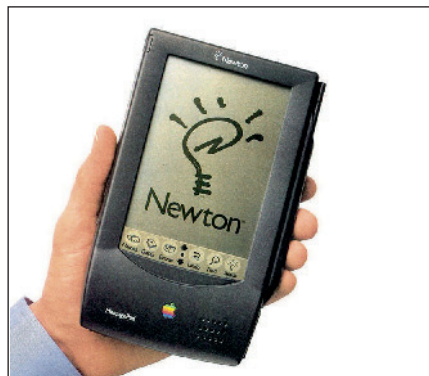


Abb. 3 Der von seiner Herstellerfirma Apple als „personaler digitaler Assistent“ bezeichnete Newton war ein Vorläufer von iPhone und iPad. Er war konzipiert als „Kommunikationsmedium für alle“, das man immer dabei haben kann. Die Firma kündigte das Gerät im August 1993 wie folgt an: „By combining Newton Intelligence technology with sophisticated communications capabilities, the Newton MessagePads help you stay in touch with friends and colleagues, organize your life, and keep track of your ideas. You can take notes. Make a quick sketch. Format and print letters. Share and synchronize information with your personal computer. Send a fax. Receive pages and messages. Tap into on-line services or electronic mail. Even exchange business cards with a colleague via built-in infrared technology. And wherever you go, the powerful, under-one-pound personal digital assistant goes too, tucked in your pocket or briefcase“ (16).

wir alle längst wissen: Unglück passiert. So wundert es nicht, dass ein vom Autor bei der Gründung beratener 3,8 Millionen US-Dollar schwerer *Disruptive Growth Investment Fund* nach einem knappen Jahr pleite war. Ebenso wenig verwundert, dass er im Jahr 2007 mit seiner Einschätzung des iPhones („das wird ein Misserfolg für Apple“) gründlich daneben lag. Dennoch schreibt der Autor im Vorwort der Auflage von 2011, dass „die Theorie der Disruption nach wie vor Voraussagen liefere, die ziemlich genau sind“ (8, Übersetzung durch den Autor). An Selbstbewusstsein mangelt es dem Harvard-Business-Mann ganz offensichtlich nicht, an Selbstkritik dagegen schon. Auf eine Kritik seitens der Geschichts-Professorin Jill Lepore seiner Universität⁴ reagierte er sehr emotional abwertend und zugleich mit wenig Inhalt (2).

Interessanterweise wurde das Buch trotz

- seiner vollkommen unzureichenden empirischen Basis,
- seiner argumentativen Schwächen und sogar Platitude und
- seiner offensichtlichen, praktischen Unbrauchbarkeit (was hielten Sie vom Hinweis eines Arztes „über die Prognose wird der weitere Verlauf entscheiden“?)

über allen grünen Klee dieser Welt gelobt.⁵ – Warum?

Bei Licht betrachtet, geht es beim Thema Disruptivität um digitale Informationstechnik und deren Folgen auf Gesellschaft, Wirtschaft und den Einzelnen. Diese Folgen wurden in der Vergangenheit in sehr rosigen Farben gezeichnet: Innovation, Wachstum, Arbeitsplätze, Reichtum, Glück – all das versprach uns die „digitale Revolution“ noch vor wenigen Jahren. Die Fakten sehen jedoch anders aus: Auf die

4 “It’s a theory of history founded on a profound anxiety about financial collapse, an apocalyptic fear of global devastation, and shaky evidence,” kritisiert Lepore scharf (13).

5 Die vielen 5-Sterne-Reviews des Buchs – wer möchte, kann das unter Bloomberg, Forbes und Wall Street Journal selbst nachlesen – verdeutlichen meiner Meinung nach vor allem eines: Die Kritiklosigkeit von Managern und Business-„Fachleuten“ gegenüber offensichtlich dummen Ideen, deren Sucht nach Neuem („wenn es neu ist, muss es gut sein“) und damit deren leichte Verführbarkeit. Genaue Analyse und kritisches Denken – Fehlzanzeige!

Das Generieren überprüfbarer Voraussagen gehört zum Wesen einer Theorie.

erste digitale Börsenblase folgte zwar eine Konsolidierung der Branche, die Goldgräberstimmung jedoch war vorbei. Schaut man sich die wirtschaftlichen Daten der letzten 15 Jahre genauer an, so zeigt sich in den westlichen (digitalisierten) Industrienationen gegenüber den 1980er- und 1990er-Jahren ein vergleichsweise geringeres Wachstum des Bruttoinlandsprodukts, der Produktivität und vor allem der Löhne sowie eine Zunahme der Arbeitslosigkeit. Die Zahl der Geschäftsgründungen ist rückläufig, das Durchschnittsalter der Firmen hingegen steigt an (18).

Diese Fakten werden von Wirtschaft und Politik vollkommen ignoriert. Wenn beispielsweise das Wirtschaftsministerium in einer Broschüre (► Abb. 4) zu Beginn dieses Jahres mit neuen Arbeitsplätzen durch zunehmende Digitalisierung warb, so muss es sich auch fragen lassen, auf welchen Daten sein Optimismus ruht und vor allem, wie es denn um die durch dieselbe Digitalisierung wegfallende Arbeitsplätzen bestellt ist.⁶

Wer sich darüber informieren will, was technologischer Fortschritt für die betroffenen Menschen bedeuten kann, der lese *Die Weber* von Gerhart Hauptmann (► Abb. 5). In diesem sozialen Drama aus dem Jahr 1892 geht es um den schlesischen Weberaufstand von 1844, der weder der erste noch der heftigste dieser frühindustriellen Unruhen war, die sich seit dem späten Mittelalter bis ins 19. Jahrhundert hinein in Deutschland ereigneten. Wahrscheinlich hatte er jedoch den größten PR-Effekt, wie man heute sagen würde, insbesondere im Hinblick auf die Märzrevolution von 1848 (19). Wie Hauptmann eindrucksvoll darstellt, litten die Aufständischen Hunger und waren im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Verhandlungsmacht

Abb. 4

Die Broschüre *Digitalisierung und du* (Titelblatt links) wurde im März 2016 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) publiziert und malt unsere digitale Zukunft in rosigen Farben. So wird für das vergangene Jahr beispielsweise von 50 000 neuen Arbeitsplätzen durch die Digitalisierung gesprochen (rechts).



den Abnehmern ihrer am Handwebstuhl erzeugten Produkte im Vergleich zur maschinell erzeugten Ware hoffnungslos unterlegen. Die Besitzer der Maschinen benutzten ihre Monopolstellung gnadenlos aus, was zu einem Verfall der Preise für gewebte Textilien führte. Dieser war so stark ausgeprägt, dass er auch durch Nacht- und Kinderarbeit nicht ausgeglichen werden konnte, was bei den Betroffenen zu Mangel, Verletzung und Hunger führte.

Damit ist diese von Gerhart Hauptmann so eindrucksvoll geschilderte Entwicklung ein Beispiel für das, was heute als Disruption bezeichnet wird. Doch während uns Hauptmanns Arbeit „zeitlos“ an die sozialen Folgen eines gnadenlosen Verdrängungswettbewerbs erinnert und zum Nachdenken ermahnt, ist das perfide an der Semantik von „Disruption“, dass mit diesem Begriff eine ökonomische Entwicklung intellektuell attraktiv und zugleich moralisch neutral formulierbar erscheinen soll, die in Wahrheit an den Grundfesten unserer Gemeinschaft nicht nur rüttelt, sondern sie im Laufschrift zerstört. Im Grunde – so bleibt der Eindruck aus dem Hype um diesen Begriff – soll er salonfähig machen, was nicht salonfähig ist; er soll zeigen, wie es um diejenigen bestellt ist, die „moderne“ Entwicklungen nicht wahrnehmen. Zudem wird behauptet, dass man mit einer (wert-)konservativen und auf objektive Abschätzung von Technikfolgen bedachten Haltung das eigene Schicksal schon besiegelt habe: Die „Ewig-Gestrigen“ werden vom Fortschritt zerrissen und sind an diesem eigenen

Schicksal auch noch selbst schuld(!), denn sie haben „Disruption“ nicht verstanden: Verlieren und daran auch noch selber schuld sein – dies ist die Botschaft von



Abb. 5 Plakat von Emil Orlik (1870–1932) aus dem Jahr 1897 zu Hauptmanns Stück. Dessen Hintergrund – der Aufstand der Weber in Schlesien von 1844 – fasst Wolfgang Büttner (1994) in einem ZEIT-Artikel 150 Jahre danach wie folgt zusammen: „Im preußischen Schlesien ist die Not besonders groß. Das Textilgewerbe im Königreich produzierte mehr Web- und Spinnwaren als alle anderen deutschen Länder. Hier stehen fast fünfzig Prozent aller Webstühle, auf denen Leinen, Baum- oder Halbbaumwolle verarbeitet werden. Aus England kommen mehr und mehr billigere, auf modernen Maschinen hergestellte Waren. In Deutschland ist die historisch überholte Heimindustrie noch weit verbreitet. Außerdem hemmen preußische Gesetze im Interesse der Großgrundbesitzer den industriellen Fortschritt. So sinkt der Preis für die Weber beständig, und Verdienstrückgang lässt sich, selbst wenn der Arbeitstag bis nach Mitternacht ausgedehnt wird, nicht mehr wettmachen“. Die Aufführung des Stücks war zunächst (am 3.3.1892) vom Polizeipräsidium in Berlin verboten worden, sodass die erste öffentliche Aufführung erst nach der 1893 erfolgten Aufhebung am 25.9.1894 erfolgte.

6 Man bedenke: Als Facebook vor gut zwei Jahren seinen Konkurrenten WhatsApp für mehr als 16 Milliarden US-Dollar kaufte, hatte WhatsApp gerade einmal 55 Mitarbeiter! Regierungen in ganz Westeuropa bekämpfen das Start-up Uber, weil der den Taxi-Service schlechter und Hunderttausende von Taxifahrern arbeitslos macht.

Disruption, bei der es sich damit um eine gedankenlose Reduktion komplexer ökonomischer Zusammenhänge und Konsequenzen handelt, die an Perfidität kaum zu überbieten ist.

Aus meiner Sicht lässt sich an der Diskussion um die digitale Disruptivität daher vor allem eines ablesen: Der intellektuelle und moralische Verfall eines Teils unserer wirtschaftlichen Elite: Die vermeintliche „Theorie“ ist gar keine, denn sie erlaubt keinerlei Voraussagen oder praktische Anwendungen. Und motiviert ist sie offensichtlich durch die verzweifelte ökonomische Lage mancher im Bereich digitaler Informationstechnik tätiger Firmen, die weder vor Lügen noch vor Handlungen zurückschrecken, die vorsätzlich das Vertrauen anderer Personen ausnutzen, um in geschäftliche Vorteile zu erlangen: Man tut so, als könne man mit Hilfe des Gedankens (der „Theorie“) der Disruption Firmen in zwei Sorten einteilen: Die einen zerreißen, die anderen werden zerrissen. Die emotionale Begleiterscheinung des Gedankens ist gewünscht und wird bewusst provoziert: Die Angst vorm eigenen raschen und vollkommen unvermittelten Untergang, der wegen fehlender technischer „Weitsicht“ auch noch selbst verschuldet ist.

Angst ist mittlerweile das alles Digitale beherrschende Gefühl.

Diese Angst ist mittlerweile das alles Digitale beherrschende Grundgefühl. „Im Silicon Valley hat der Glaube an Disruption mittlerweile einen nahezu religiösen Beige-

schmack. Alles, was zerreißt, ist gut; und alles, was dem Zerreißen im Wege steht (wie etwa die Taxiunternehmen in San Francisco oder die lokalen Tageszeitungen) verdient es zu verschwinden.“ So charakterisiert es Justin Fox (9), Chefherausgeber genau derjenigen Zeitschrift – *Harvard Business Review* –, in der auch die erste Arbeit von Christensen etwa 20 Jahre zuvor erschienen war.⁷

„Du machst mit, oder Du bist in ein bis zwei Jahren weg“ reden uns die Technik-Gurus ein, die stolz auf das Zerreißen sind und die Angst auch gleich ganz offen thematisieren: Wer Angst habe vor disruptiven Entwicklungen und aus diesem Grund zögere, der sei eben selber schuld, wenn es ihn dann bald erwische. Die Apologeten der neuen Entwicklung überbieten sich geradezu sich mit Negativa, sprechen von Explosion, „Urknall“ und „zerstörender“ [devastating] Innovation – als wäre „zerreißend“ noch zu milde formuliert! (13).

Der Autor schreckt nicht einmal davor zurück, den Gedanken der Disruptivität auf die Bildung zu übertragen.

Der mitverantwortliche Wortschöpfer schreckt nicht einmal davor zurück, in zwei neueren Büchern (► Abb. 6) den Gedanken der Disruptivität auf die schulische sowie die universitäre Bildung zu übertragen (7, 8). Beide sind das Papier nicht wert, auf dem sie gedruckt sind, werden doch in ihnen die mittlerweile vollkommen über-

zogenen Behauptungen zum Stellenwert digitaler Medien an Schulen und Universitäten auf sehr vage und wenig praktische Weise wiederholt: Man hat bei der durch viel Wirtschaftsjargon nicht gerade erleichterten Lektüre den Eindruck, dass der Autor und seine Koautoren nicht wissen, wovon sie sprechen. Und noch etwas: Wenn sogar Universitäten neue Studiengänge stolz als „disruptiv“ anpreisen⁸, dann sagt das nichts über den akademischen Wert oder gar die Moralität dieser Gedanken, sondern leider nur etwas über die betreffenden Universitäten.⁹

Wenn es zur Natur des Menschen gehörte, dass er fressen muss, um nicht gefressen zu werden, dann fände jegliche Form der Aggressivität ihre Rechtfertigung.

Das schon im vorletzten Jahrhundert weithin bekannt gewordene, trivialisierte Verständnis der Evolution des Menschen als „Abstammung vom Affen“ und als „Fressen oder gefressen werden“ ist mittlerweile als das entlarvt, was es ist: völlig unzureichend, weil zu stark vereinfachend und daher schlichtweg nicht nur falsch, sondern vor allem auch gefährlich! Denn wenn es zur Natur des Menschen gehörte, dass er fressen muss, um nicht gefressen zu werden, dann fände jegliche Form der Aggressivität ihre Rechtfertigung. Nicht umsonst wurde daher im letzten Jahrhundert vielfach und erfolgreich gegen Sozialdarwinismus – dessen schlimmste Auswüchse wir Deutschen nur zu gut

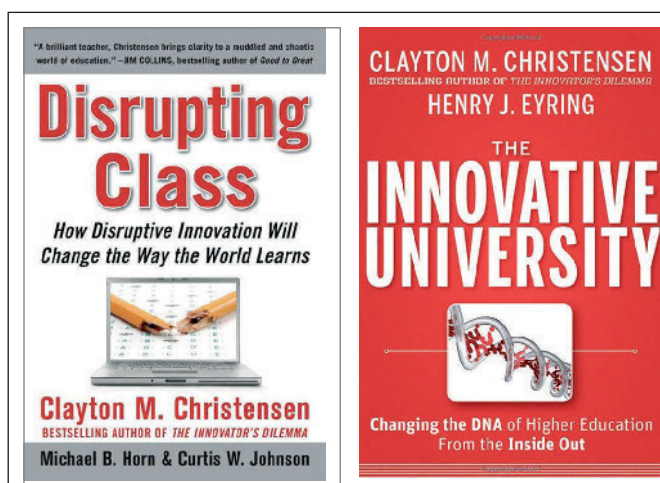


Abb. 6
Bücher, die man nicht zu lesen braucht – es sei denn, man sucht Beispiele für intellektuell unredliche und moralisch höchst fragwürdige Argumentation.

- 7 Im Original: „And in Silicon Valley, belief in disruption has taken on a near religious tinge. All that disrupts is good; all that stands in disruption's way (such as, say, San Francisco taxi companies or metropolitan daily newspapers) deserves to perish.“ Und, wie der Autor fortfährt, möchte ich dem Leser nicht vorenthalten: „It's a lot to put on a word that once just meant "to break apart," and not surprisingly, the disruption-promotion industry has been experiencing a backlash. An app is now available for the Firefox and Chrome browsers, for example, that replaces every mention of the word *disrupt* with *bullshit*.“
- 8 Die University of Southern California (USC) beispielsweise bietet einen Studiengang „Disruption“ an (13).
- 9 Wie übrigens die Vorgänge an der USC ein Jahr nach Einführung des Studiengangs überdeutlich vor Augen führten (17).

kennen – argumentiert. Selbst unter Ökonomen hat sich in den letzten Jahrzehnten die Erkenntnis festgesetzt, dass Fairness und Vertrauen wesentliche und unverzichtbare Ingredienzien eines funktionierenden wirtschaftlichen Miteinanders darstellen (11).

Bei allen denkenden Menschen sollten daher die Alarmglocken dröhnen, wenn jemand von Disruption redet. Wer mit Angst argumentiert, der reitet derzeit zwar auf einer allgegenwärtigen und damit bequemen Welle. Aber er bemerkt dabei zugleich nicht, wie sehr er einer Täuschung unterliegt. Sagt ihm doch sein Bauchgefühl: Je mehr Angst die Leute haben, desto deutlicher wird, dass ich mit der Disruption Recht habe. Die Angst der Leute scheint ihm also auch noch Recht zu geben!

Bei allen denkenden Menschen sollten daher die Alarmglocken dröhnen, wenn jemand von Disruption redet.

Hinzu kommt: Es hat gute Tradition, dass Angst zur Manipulation von Menschen verwendet wird: Autokraten herrschen mit Angst. Zu diesen gehören bekanntlich mittlerweile nicht nur manche Regierungschefs, sondern auch die Chefs der größten Firmen der Welt, bei denen es sich um IT-Firmen handelt. Sie tun, was für sie und ihre Firma gut ist. Aus meiner Sicht zeigt sich am Beispiel der digitalen Disruptivität einmal mehr, wie sehr die allgemeine Diskussion von der massiven Lobbyarbeit großer Konzerne beeinflusst ist. Wenn Kritik von dort unerwünscht ist, dann wird sie ganz einfach auch nirgends verlautbart! Sie, lieber Leser, haben daher auch bislang wahrscheinlich noch nirgends gelesen, dass Apple, Google und Microsoft Arbeitsplätze, und damit unser Glück und unsere Gesundheit, vernichten. Wer von Disruption

spricht, säht aus niederen Beweggründen (Profit) Angst, um Firmenchefs seine Software, Hardware oder Produktidee zu verkaufen. Seine Argumente sind unzutreffend und veraltet, und er schadet unserem Gemeinwesen für dessen Kultur der Mitmenschlichkeit und des Vertrauens unsere Vorfahren gekämpft haben.

Fassen wir zusammen: Wirtschaftliche Umwälzungen haben schon immer Gewinner und Verlierer hervorgebracht, aber noch nie haben sich die Gewinner so dreist aufgeführt wie die Profiteure von digitaler Informationstechnik mit ihrer Rede von Disruption. Sie verbreiten damit Angst, was sich auf die Fähigkeit zum Nachdenken dysfunktional und auf Vertrauen und Mitmenschlichkeit destruktiv auswirkt. Der Rest ist Hype, d. h. aus Gründen der Publicity inszenierte Täuschung, Rummel, oberflächliche Begeisterung und vorge-spielte Euphorie.

Literatur

1. Beal D. New tech bubble reflects shift in wealth creation, settling in of digital age. *MinnPost*, 31.3.2015 (<https://www.minnpost.com/business/2015/03/new-tech-bubble-reflects-shift-wealth-creation-settling-digital-age>; abgerufen am 24.7.2016).
2. Bennett D. Clayton Christensen responds to New Yorker takedown of ‚Disruptive Innovation‘ (interview). *Bloomberg Businessweek* 2014 (http://www.bloomberg.com/authors/AQKkeXrqW_w/drake-bennett; abgerufen am 24.7.2016).
3. Bower JL, Christensen CM. Disruptive Technologies: Catching the Wave. *Harvard Business Review* 1995; 73(1): 43–53.
4. Büttner W. Der Weberaufstand. *ZEIT Online* 1994 (<http://pdf.zeit.de/1994/23/der-weberaufstand.pdf>; abgerufen am 5.7.2016).
5. Carney SJP. The USC Roski Fiasco Points to the corrosion of Art Education Nationwide. Can the „disruption“ of art education lead anywhere good? 5. Juni 2015 (<https://news.artnet.com/art-world/usc-roski-crisis-art-education-305429>; abgerufen am 24.7.2016).
6. Christensen CM. *The Innovator's Dilemma*. New York: Harper Business 1995/2011.
7. Christensen CM, Horn MB, Johnson CW. *Disrupting Class. How disruptive Innovation will change the way the world learns.* New York: McGraw Hill 2008.
8. Christensen CM, Eyring HJ. *The Innovative University: Changing the DNA of Higher Education from the Inside Out*. San Francisco: Wiley 2011.
9. Fox J. The disruption myth. The idea that businesses are more vulnerable to upstarts than ever is out-of-date—and that's a big problem. *The Atlantic*, October 2014 (<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2014/10/the-disruption-myth/379348/>; abgerufen am 24.7.2016).
10. Hauptmann G, Kollwitz K. *Die Weber*. F. Plötz (Hrsg.). Kloster Hiddensee: Gerhart-Hauptmann-Stiftung 2011/2012.
11. Henrich J, Boyd R, Bowles S, Camerer C, Fehr E, Gintis H. *Foundations of Human Sociality: Economic Experiments and Ethnographic Evidence from Fifteen Small-Scale Societies*. Oxford: Oxford University Press 2004.
12. Kuhn TS. *Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1996.
13. Lepore J. The disruption machine. What the gospel of innovation gets wrong. *The New Yorker* 23.6.2014 (<http://www.newyorker.com/magazine/2014/06/23/the-disruption-machine>; abgerufen am 3.7.2016).
14. Louie GG. Committee on Forecasting Future Disruptive Technologies Division on Engineering and Physical Sciences. *Persistent Forecasting of Disruptive Technologies – Report 2*. Washington, DC: The National Academic Press 2010 (http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=12834).
15. Passiak D. *Disruption revolution*. New York: Social Mediate Press 2013.
16. Smith T. The rise and fall of the Apple Newton MessagePad (http://www.theregister.co.uk/2013/09/17/20_years_of_the_apple_newton/; abgerufen am 23.7.2016).
17. Stromberg M. Entire First-Year MFA Class Drops Out in Protest at the University of Southern California; 15.5.2015 (<http://hyperallergic.com/207235/entire-first-year-mfa-class-drops-out-in-protest-at-the-university-of-southern-california/>; abgerufen am 24.7.2016).
18. UYH (<http://www.uhydeutschland.de/wp-content/down/Pressemitteilung-2012.01.16.pdf>; abgerufen am 24.7.2016).
19. Von Hodenberg C. *Aufstand der Weber. Die Revolte von 1844 und ihr Aufstieg zum Mythos*. Bonn: JHW Dietz 1997.