

[Online library] Das Cluetrain Manifest. 95 Thesen fr die neue Unternehmenskultur im digitalen Zeitalter.

## Das Cluetrain Manifest. 95 Thesen fr die neue Unternehmenskultur im digitalen Zeitalter.

Von Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls, David Weinberger

*\*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #404847 in BcherVerffentlicht am: 2000Einband: Taschenbuch287  
Seiten | File size: 32.Mb

Von Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls, David Weinberger : Das Cluetrain Manifest. 95 Thesen fr die neue Unternehmenskultur im digitalen Zeitalter. before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Das Cluetrain Manifest. 95 Thesen fr die neue Unternehmenskultur im digitalen Zeitalter.:

Kundenrezensionen  
 Hilfreichste Kundenrezensionen  
 5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Das wichtigste Buch der Welt: die kooperative Zukunft in 95 Thesen. Von Happyx Auch nach all den Jahren sind die Thesen immer noch richtig, nur dass man heute die Inhalte auf Top-Management-Ebene wiederholen hört. Dieses Buch habe ich ganz am Anfang gelesen, es hat mir die Augen geöffnet und mich teilhaben lassen an unglaublichen Internet-Entwicklungen. Auch heute noch sei dieses Buch jedem Zukunftsinteressierten empfohlen: es ist die Bibel, aus der sehr viele andere inspiriert ab und zuschreiben. Wenn heute Herr Prof. Werner von den DM-Drogeriemärkten die frei floatende Kreativität anmahnt, die Selbstständigkeit von Menschen postuliert, dann ist dies vielleicht auch auf dem Humus dieses Buches entwickelt worden. Die neue kooperative Kraft, die sich aus dem Internet entwickelt wird hier zum ersten Mal in weit reichender Weise, in kühnsten Thesen gegossen. Ihre Realisierung ist seither unumkehrbar fortgeschritten und sie wird uns alle positiv überraschen. Wenn wir Deutschen unsere große Schere im Kopf, die Autoritätsgläubigkeit, abwerfen, dann haben wir auch Teil an dieser Entwicklung und werden uns selbst überraschen: mit gemeinsam entwickelten, neidlosen, egofernen Möglichkeiten, die weit jenseits enger, wettbewerbsorientierter Schranken liegen. Die Inhalte von Cluetrain finden heute Nachahmer bzw. Anwender auf allen Managementebenen, von denen viele immer noch glauben, dass sie den "ZOO" (so reden die wirklich über ihre Zielgruppen, also uns) schon in den Griff bekommen. Der Zoo aber ist frei heute, er redet im Internet und hat sich längst von den einseitigen Kommunikations-Raketen der Werbeindustrie gelöst. Umso heftiger schlagen diese Raketen heute ein - in dem verweifelten Versuch, alte Zustände konservieren zu wollen. Hier 3 Thesen (aus 95), die jedem Unternehmen zu denken geben sollten: 67. "Als Märkte und als Mitarbeiter fragen wir uns, warum ihr (Unternehmen) nicht zuhört? Ihr scheint eine andere Sprache zu sprechen." 68. "Der aufgeblasene, wichtigtuerische Jargon, mit dem ihr auf Konferenzen und in der Presse um euch werft, was hat der mit uns zu tun?" 72. "Der neue Marktplatz gefällt uns viel besser. Den bauen wir uns nämlich selbst." 10 von 11 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Manifest zur Spaltung der Marketinggläubigen  
 Von Ein Kunde  
 Das Cluetrain Manifest war zuerst einmal nur der Versuch, das Neue an der New Economy in E-Mail-Diktion zu übertragen und ins Internet hinein zu schreien: "Menschen der Erde, erinnert euch. Märkte sind Gespräche (1). Die Märkte bestehen aus Menschen, nicht aus demografischen Segmenten (2)." Ein Glaubensbekenntnis an die totale Veränderung des Anbietermarktes in einen Käufermarkt durch das Medium Internet: "Das Internet ermöglicht Gespräche zwischen Menschen, die im Zeitalter der Massenmedien unmöglich waren (6)." Ein Manifest, in der Zahl der Grundätze an Luthers Wittenberger Thesen erinnernd, kein kommunistisches aber ein kommunikationistisches Manifest: The dialog is the message. Die Diktion ist pop, pathetisch, laut, verspielt, netlike: "Menschliche Gemeinschaften entstehen aus Diskursen - aus menschlichen Gesprächen über menschliche Anliegen (38). Unternehmen, die nicht zu einer diskursiven Gemeinschaft gehören, werden aussterben (40)." Derlei Aussagen sind ebenso bekannt, wie sie - vor allem im Marketing, auch im Internetmarketing - beharrlich missachtet werden. Deshalb schlug die Botschaft des Cluetrain Manifesto ein wie eine Bombe: "Die Unternehmen sollten sich klarmachen, dass ihre Märkte von Lachen erfüllt sind - über die Unternehmen selbst (20)." Tonfall und Botschaft trafen den Nerv der Werbe- und Medienbranche: "Als Märkte und als Arbeitnehmer fühlen wir uns zu Tode gelangweilt von den Informationen, die wir von euch nur per Fernbedienung bekommen (66). Gegen eure Werbung sind wir immun. Also vergesst es (74). Die Gemeinschaft der Marketinggläubigen ist gespalten. Das Manifest wird zerrissen und gelobt. Einer der Gläubigen, zudem Literaturagent noch den (markt-)reformatorischen Braten und brachte die vier Autoren, allesamt Internetexperten, dazu, das Manifest um ein paar erläuternde Artikel zu ergänzen. Als Vorwortpromi gewann er Thomas Petzinger vom Wall Street Journal, dem gleichen Medium, dessen News Editor Alfred Malabre, jr. 1989 den Begriff der New Economy mit einem gleichlautenden Buch popularisierte. Tausende haben die 95 Thesen inzwischen auf der homepage des Cluetrain Manifesto ([...]) unterzeichnet und kommentiert. Revolutionäre und kundenorientierte spricht das Manifest an: "Wir haben echte Macht - und das wissen wir auch (89). Wir wachen auf und verbinden uns miteinander (95)." FAZIT: "Marketing hört die Signale!" Kunden und Kumpels verbinden sich im Internet. Noch nie war revolutionär-sein so hipp. Nur marktmechanistische Ignoranten können da nicht einstimmen: Friede den Kundenpalmen, Krieg den Konzernhütten - oder umgekehrt! Doch, Spass beiseite, ich habe auch unterschrieben. 6 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Geheimtipp  
 Von Fuchs Werner Dr  
 Der Geheimtipp aus dem Netz als Bestseller in Buchform. Wie Luther die christliche Kirchenwelt auftrütelte, sorgte dieses Manifest in Marketingkreisen für Furore. Ob elektronisch oder in Printform, das muss man einfach lesen, wenn man mit Management oder Marketing zu tun hat.

.de  
 Das Internet bringt nicht nur neue Geschäftsmodelle hervor, es generiert auch neue Denkanstöße -- und Bücher. Ein solches Buch ist das Cluetrain Manifest von Rick Levine (Softwareentwickler), Christopher Locke (Internet-Berater), Doc Searls (Publizist) und David Weinberger (Hightech-Marketingspezialist), das jetzt in deutscher Übersetzung vorliegt. Das Cluetrain Manifest entstand aus einem mehrjährigen Internet-Schriftverkehr der vier genannten Amerikaner -- und ist durch 95 hieraus extrahierte Thesen zur Neuen Wirtschaft weltweit zu Ruhm gelangt. Um es gleich vorneweg zu sagen: Das Buch birgt Zündstoff -- zum einen für die eigene Gedankenwelt des Lesers, zum anderen

fr den gedanklichen Austausch ber das Wirtschaftsleben und die Unternehmensfhrung unter den neuen Kommunikationsmglichkeiten. Die Autoren begreifen das Internet als Hinwendung und Potenzial zu einem allumfassenden Austausch von Information und leiten daraus eine Nivellierung und Neuordnung bisheriger Strukturen ab. Dieser Gedanke kratzt in der Tat an traditionellen Unternehmungen und ihren Denkanstzen mit Hierarchien und Spezialisten in vielen, fest umrissenen Arbeitsbereichen. Zudem verndern sich die Kunden, denen es erstmals mglich ist, umfassende Informationen und Erfahrungen im Netz zu sammeln. Das Buch ist keine leichte Kost. So muss sich der deutschsprachige Leser an die leicht missionarisch anmutende amerikanische Ausdrucksweise gewhnen. Zudem ist durch den Ursprung dieses Buches eine (nur vordergrndige) Sprunghaftigkeit der Inhalte gegeben, die aber letztlich immer wieder auf den Punkt zurckfhrte und den roten Faden nicht verliert: Was ist der Markt, wohin geht die Entwicklung, wo bleibt der Mensch als aktiver und passiver Teilnehmer? Das Buch macht Spa. Es erweitert den Horizont, lsst schmunzeln oder nachdenklich werden. Es bietet sehr viel Inhalte zum Internet an sich und zum Verstdnis der Ablufe sowie zur schnellen nderung des Lebens und des Wirtschaftens. Fazit: Eine gute Lektre fr kommende Herbstabende am Kamin -- und ausreichend Stoff fr lange Diskussionen mit Freunden und Kollegen. --  
Horst-Joachim Hoffmann