

# MERKMALE DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT

**Voraussetzung: Produktiver Umgang mit Information; herausragende Stellung der „Software“ (Wissen, Programme, Wahrnehmungen, Ideen, Strategien, Empfindungen, Werte, Glaubensvorstellungen).**

1. Herausragende Stellung der Informationsbetriebe, Informationstechnik und Kommunikationsnetze. Nachfrage verlagert sich auf informationsverarbeitende Produkte (z.B. Computer) und Informationsdienste (Beratung, Unterhaltung).
2. Investitionen vorrangig in informationstechnische Systeme und Anwendungen, Kommunikations-Infrastruktur sowie Aus- und Weiterbildung /Software-Kapital).
3. Abbau von Hierarchien und autoritärem Denken. Dezentralisierte und demokratische Entscheidungsfindung (Mehrheitsentscheidung, Kompromiß und Konsens).
4. Intensiver Kommunikationsaustausch auf allen Ebenen innerhalb und zwischen Institutionen. Ausbau des Informationsmanagements.
5. Arbeitsintegration (Mischarbeitsplätze, Gruppenarbeit und Interdisziplinarität).
6. Mehrzahl der Beschäftigten sind Kopfarbeiter („Brainware“). Gefragt sind theoretische und praktische Fachkenntnisse sowie soziale Kompetenz (vor allem Kooperationsfähigkeit).
7. Bedarf an engagierten, kooperativen, gut informierten, loyalen, selbständigen und kreativen Mitarbeitern.
8. Materielle, soziale und informationelle Motivation. Abbau der Distanz (Kompetenz, Macht) zwischen „oben“ und „unten“. Belohnung durch Beteiligung, Mitbestimmung und Teilhabe.
9. Flexible, auf wechselnde Aufträge und sparsamen Energie- und Rohstoffeinsatz ausgerichtete Fertigungstechniken.
10. Preis-, Qualitäts- und Zeitwettbewerb, . Wachsende Bedeutung der Transaktionskosten. Eingehen auf spezielle Kundenbedürfnisse.
11. Herausragende Bedeutung der Kreativität, Flexibilität und Produktivität von Gruppen.
12. Virtuelle Büros helfen die Verkehrsströme entflechten.
13. Ausbreitung sozial-, ökologie- und human-orientierter Unternehmensziele. Personen- und gesellschaftsorientiertes Management.
14. Informationelle Öffnung des Unternehmens durch Sozial- und Ökobilanz (finanzielle, soziale und ökologische Unternehmenstransparenz).
15. Wachsende Umwelt- und soziale Sensibilität. Private Anbieter übernehmen zunehmend Verantwortung für die sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Folgen ihres Tuns.
16. Wachsender Anteil der privatwirtschaftlichen finanzierten Forschung und Entwicklung (> 10% des Umsatzes).
17. Lebenslanges Lernen. Höhere Bildung und Weiterbildung ist allgemein zugänglich (mehr Studenten als Auszubildende). Die Ausbildung für Dienstleistungs- und Informationsberufe gewinnt Vorrang.
18. Trend zur ganzheitlichen Optimierung: individuell, betrieblich, gesamtgesellschaftlich und international (Systemtheorie, Kybernetik, Synergetik, ganzheitliche Unternehmensführung).
19. Internationalisierung der Politik. Aufkommen regionaler Wirtschaftsblöcke. Konfliktlösung durch Verhandlung. Kooperatives Klima der Eliten.
20. Wachsender transnationaler Verkehr von Waren, Kapital, Dienstleistungen, Personen und Informationen.
21. Transnationaler und weltweiter Kooperationsbedarf (Triade-Unternehmen und internationale Wirtschaftsgruppen).
22. Betonung der Zusammenarbeit zwischen Privatwirtschaft und Staat. Ausbreitung personaler und institutioneller Netze („Netzkapitalismus“).
23. Integration von Technologie-, Umwelt-, Sozial- und Wirtschaftspolitik. Privatwirtschaft übernimmt größere Verantwortung für soziale Aufgaben.
24. Innovation wird zunehmend als sozialer Prozeß verstanden.
25. Schwerpunkt des Rechtsschutzes verlagert sich zu immatriellen Gütern (Konzepte, Entwürfe, Software). Neu sind Datenschutz und das Recht auf Einsicht in die eigenen personenbezogenen Daten.
26. Nationale Rechtssysteme müssen an den Weltmarkt angepaßt werden. Durchsetzbarkeit wird zum Problem.
27. Ende der Diktaturen. Politische Macht verteilt auf Staat, Privatwirtschaft und Dritte kraft (Presse, Medien, Verbraucher, Bürgerinitiativen, Minderheiten).
28. Private Unternehmen wenden sich verstärkt d. Informationswirtschaft zu. Es entstehen große Medienunternehmen mit einem integrierten Informationsangebot.
29. Wachsender Einfluß d. Medienkonzerne auf ethische u. weltanschauliche Bewußtseinsbildung. Teilsubstitution d. Druckmedien durch audio-visuelle Ausbreitung technisch erzeugter virtueller Welten. Kirchen im Verdrängungswettbewerb.
30. Suche nach größerer Ausgewogenheit zwischen Intellekt u. Psyche. Ausbreitung esoterischer Lehren u. Therapien zur Selbsterlösung.

Quelle: Nefiodow, L.A.: Der Sechste Kondratieff: Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information, 3. Auflage, Sankt Augustin, 1999, S. 24, 29, 33, 40 - Punkt 12 ergänzt