

# Weniger

ist manchmal doch  
**mehr**

loading



Die IT-Branche funktioniert nach dem Mooreschen Gesetz. Alle 20 Monate verdoppelt sich die Prozessorleistung, und damit einhergehend auch der Stromverbrauch und das Angebot an neuen Programmen.

Wir haben uns alle daran gewöhnt. Elmar Schüller nicht. Der Wirtschafts-, Innovations- und Designexperte findet: Wir müssen es wieder schaffen, das Überflüssige wegzulassen.

Gerade jetzt in der aktuellen Krisenzeit sehen wir, dass aufgrund der Einrichtung von Home-Office-Arbeitsplätzen die Datenleitungen vollkommen überlastet sind. Die damit einhergehenden Arbeitszeit- und Effizienzverluste sind bereits jetzt immens. Und das ist erst der Anfang.

*Damit stellen Sie die vorherrschende IT-Landschaft ziemlich in den Regen. Die Datenmengen haben doch einen Grund, oder?*

Als ich zu diesem Business gestoßen bin, habe ich gesagt: Ich mache das nur, wenn wir den Software-Markt komplett neu denken. Wenn wir genau das Gegenteil von dem tun, was da zurzeit passiert. Was passiert gerade? Microsoft, Apple, Google und alle anderen haben das Geschäftsmodell der Abhängigkeit. Wenn ich zum Beispiel einmal Office benutze, muss ich mir immer wieder eine neue Lizenz kaufen. Wenn ich einen neuen Mitarbeiter habe, muss der die auch bekommen. Dann kommt ein Update und sie bangen danach, ob anschließend der Drucker überhaupt noch da ist, ob sie wieder neue Treiber installieren müssen etc. Das sind alles potenzielle Fehlerquellen, die wir im Grunde genommen nicht brauchen.

Nebenbei erwähnt, haben wir gerade getestet, dass ein PC mit einem Office-Paket darauf einen ca. 400 Mal so hohen Energieverbrauch beim Start hat als ein Computer, den Sie unter Linux mit denselben Funktionen starten. Das bedeutet, dass also diese Systeme zu komplex geworden sind, obwohl ich nur einen Bruchteil der Systeme benutzen kann und muss.

Unser Ansatz ist, dass wir alles weglassen, was der Kunde nicht braucht, und nur die Funktionen aktivieren, die wirklich relevant sind. Das macht das System schlank und schnell. Außerdem erzeugen wir keine Abhängigkeiten von Unternehmen. Sie sollen das, >>

**UmweltDialog:** *Digitalisierung ist in aller Munde, aber nur wenige hinterfragen den Trend. Sie verweisen auf den Unterschied zwischen Dateneffizienz und digitaler Effizienz. Können Sie uns das näher erläutern?*

**Elmar Schüller:** Eine E-Mail, wo Sie nur das Wort „Hallo“ schreiben, verursacht schon zehn Gramm CO<sub>2</sub>. Viele machen sich darüber keine Gedanken, sondern überlegen nur, wie sie immer mehr Daten immer schneller versendet und gespeichert bekommen. Kein Mensch fragt hier mal nach der Qualität der Daten: Brauchen wir die überhaupt alle in dieser Form? Das beschreibt im Grunde genommen meinen Ansatz. Es geht nicht um Moralisieren, sondern darum, kritisch zu hinterfragen, ob wir diese Datenberge benötigen.

Oft ist es nämlich so: In dem Moment, in dem wir die Datenmengen reduzieren, erhöhen wir damit deren Effizienz. Sie senken damit zum Beispiel die Fehleranfälligkeit. Und das gilt im Grunde genommen auf allen Unternehmensebenen. Das ist eine organisatorische, eine sicherheitsrelevante, in Corona-Zeiten eine gesundheitsrelevante und damit auch eine nachhaltige Effizienz.

”

*Sie müssen es einfach immer wieder schaffen, das Überflüssige wegzulassen.*

was wir für sie entwickeln, auch selbst verändern können und damit arbeiten, so wie sie es brauchen.

So haben wir zum Beispiel für einen großen deutschen Flughafen das gesamte Berechtigungsmanagement neu gemacht: Das umfasst sehr, sehr viele Personen, die Besucher, das gesamte Sicherheitspersonal, das Kantinen-Management und vieles mehr. Das gesamte Programm würde auf einem kleinen Raspberry Pi-Rechner in derselben Geschwindigkeit wie vorher auf allen drei Rechenzentren des Flughafens zusammen laufen. Das ist digitale Effizienz.

*Häufig ist das Denken in Unternehmen: Um so komplizierter etwas ist, desto komplexer muss es ja auch sein. Genau darin unterscheiden Sie sich, korrekt?*

Ja, und es funktioniert. Wir arbeiten ja auch für Behörden, Großunternehmen aus der Logistik und der Industrie sowie Ministerien im Mittleren Osten. Das sind alles hoch komplexe Projekte, die man auch ohne überbordende Kompliziertheit lösen kann. Goethe hat das Prinzip in einem Brief an seine Liebste treffend auf den Punkt gebracht: „Meine liebste Lotte, leider hatte ich nicht mehr Zeit, dir weniger zu schreiben.“

Sie müssen es einfach immer wieder schaffen, das Überflüssige wegzulassen. Und es gibt bei uns eine Regel: Wir machen keine Ausnahmen. Und wenn das Projekt noch nicht so weit ist, dann ist es noch nicht gut. Das große Problem heutzutage in der ganzen Software-Branche ist doch, das alles immer nur Ausnahmen sind. Und wenn Sie dann eben halt ein Rädchen da irgendwo ändern, dann bricht Ihnen das ganze Kartenhaus zusammen. Und das wollten wir vermeiden. Und deswegen agieren wir da komplett anders.

*Unternehmen machen das alles nicht aus Spaß an Technik, sondern weil sie innovativ sein wollen. Was macht dann für Sie heutzutage ein innovatives Unternehmen aus?*



Fotos: Annegret Breilmann



**Elmar Schüller** ist Initiator, Gründer und Präsident des Innovative Living Institutes, das Unternehmen hilft, zukunftsorientierte Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Schüller hat vorher 19 Jahre lang als geschäftsführender Gesellschafter und Vice President den renommierten „red dot design award“ zu einer globalen Designwährung mitentwickelt. Er lehrt an der International School of Management.

rechts, was der Wettbewerb macht, und nicht nach vorne. Wenn Sie dann als angestellter Manager in einem großen Unternehmen etwas Neues beginnen, dann gehen Sie damit gleichzeitig auch ein hohes Risiko ein. Das Risiko nämlich, dass wenn es gut wird, der Chef sagt: War sowieso meine Idee. Und wenn es schlecht wird, hat es jeder andere im Haus schon vorher gewusst. Das sind systemische Hürden, die es im Unternehmen aufzulösen gilt. Die einzigen Unternehmen, die in den letzten Jahren wirklich erfolgreich waren, wie etwa Dyson, haben alle „out of the box“ gedacht.

*Da verlangen Sie aber sehr viel Mut und Risikobereitschaft...*

Wie wir ja alle sehen, werden die Zyklen der Welt immer kürzer. Und da muss ich mir als Unternehmer überlegen, wie ich damit umgehe. Und ich muss dafür Innovationen schaffen. Es geht nicht nur darum, mutig zu sein, sondern es geht im Grunde genommen darum, neue Verknüpfungen zu entwickeln, um aus dem bereits Bekannten etwas Neues zu erschaffen.

*Ist Nachhaltigkeit dabei nicht auch schon ein mutiger Schritt? Das verlangt ja häufig einen Pfadwechsel und das Verlassen des gewohnten Trotts.*

Für uns bedeutet Nachhaltigkeit die Reduktion aufs Wesentliche. Weil wir sagen, diese hippen Funktionen, die derzeit die ganzen IT-Experten empfehlen, benötigen wir nicht. Wir brauchen es nicht, um effizient und effektiv zu sein. Im Gegenteil, es stört, weil es Fehlerquellen verursacht und weil es im Übrigen auch noch eine zeitliche Abnutzung hat. Das ist für mich auch eine Form von Nachhaltigkeit. Wenn ich einmal etwas richtig mache und es auf den Punkt gebracht habe, dann muss ich es auch nicht immer wieder mit irgendwelchen neuen Sicherheits-Updates usw. überarbeiten und erweitern.

*Vielen Dank für das Gespräch! ■*

”

*Für uns bedeutet Nachhaltigkeit die Reduktion aufs Wesentliche.*

siness Case zu entwickeln. Und das ist eigentlich das Besondere damals gewesen. Ich muss auch nach wie vor sagen, das war einer der größten Coups in der IT-Branche, die es jemals gegeben hat.

Als Unternehmer müssen sie im Grunde genommen andersrum anfangen: Wir dürfen nicht technologische Entwicklungen entwickeln und uns fragen, wie wir die an den Mann bekommen, sondern wir müssen uns anschauen, wie sich die Bedürfnisse der Menschen, der Kunden verändern. Was sind deren Ängste, was sind deren Sehnsüchte, und was bedeutet das für mein Business? Das können Sie auf alle Lebens- und Industriebereiche übertragen.

*Das Erkennen von Trends ist so eine Sache: Dafür braucht es mutige Unternehmer. Viele haben aber mindestens so große Angst davor, entweder durch Zaudern den Anschluss zu verpassen oder mit einer neuen Idee daneben zu liegen. Was sagen Sie zu diesen beiden Ängsten?*

Das größte Problem von Unternehmen ist, dass sie nur in Branchen-Kategorien denken. Im Grunde genommen schauen Sie immer nach links und

Zum Thema Innovation muss ich mal grundsätzlich sagen, dass ich der festen Überzeugung bin, dass wir heutzutage so gut wie nichts mehr neu erfinden müssen. Wir müssen nur das, was da ist, so intelligent und neu miteinander verknüpfen und anpassen, dass daraus etwas Intelligentes, Neues neu entsteht.

*Naja, das hat IBM früher auch gesagt und zum Beispiel überhaupt keinen Bedarf geschweige denn Markt für Computer im Privathaushalt gesehen. Damit lagen sie aber gehörig falsch...*

Wenn Sie sich den Erfolg von Apple anschauen, dann hängt der damit zusammen, dass das Fraunhofer-Institut die MP3-Technologie entwickelt hat. Da ging es darum, komprimierte Daten schneller durch die Leitungen zu bekommen. Diese Erfindung selbst hat eigentlich keinen Wert. Der Wert kam erst, als Apple angefangen hat, daraus ein Produkt zu entwickeln. Und was hat Steve Jobs getan? Er hat erkannt, dass sich der Musikmarkt komplett ändert. Damals kamen die ganzen Tauschbörsen, Napster & Co., auf, und Apple hat daraufhin angefangen, mit iTunes auf Basis der MP3-Technologie einen ganz neuen Bu-