

Selbstorganisation

Definition lt. Wikipedia:

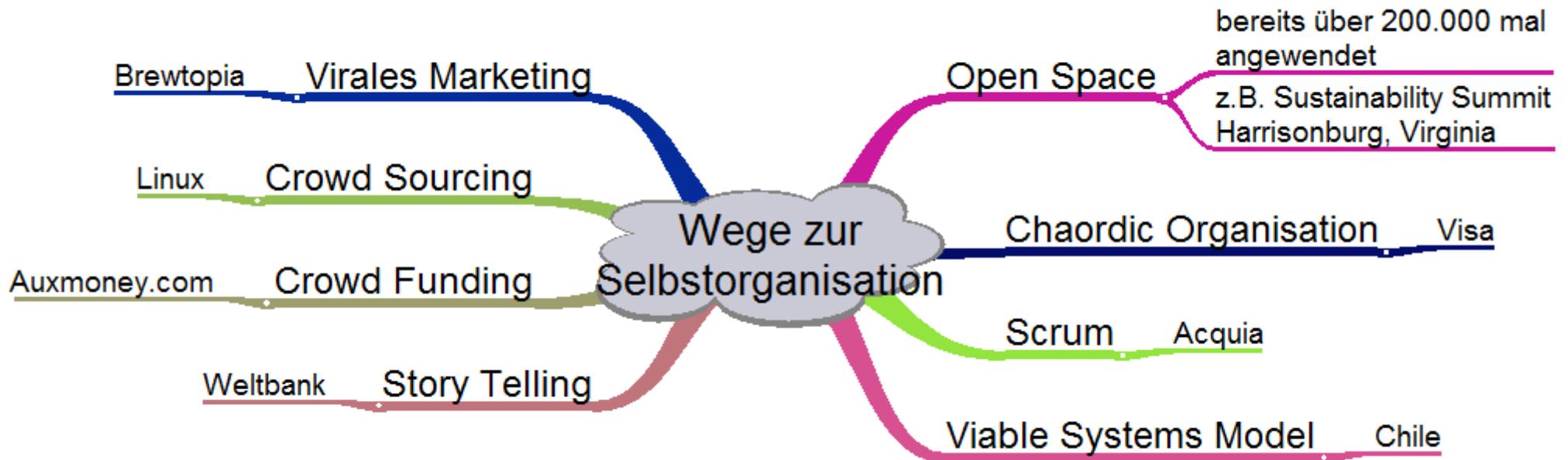
Selbstorganisation ist das spontane Auftreten neuer, stabiler, effizient erscheinender Strukturen und Verhaltensweisen (Musterbildung) in offenen Systemen.

Emergenz ist die spontane Herausbildung von neuen Eigenschaften oder Strukturen auf der Makroebene eines Systems infolge des Zusammenspiels seiner Elemente.

Kann man Selbstorganisation erzeugen?

- Man kann Selbstorganisation nicht organisieren!
- Man kann aber Bedingungen schaffen, die das Entstehen von Selbstorganisation sehr wahrscheinlich machen.
- Dies funktioniert in sozialen Systemen meist am besten, wenn das Interesse der Einzelnen mit denen des Systems übereinstimmen
- Das kann man nutzen, um gemeinsame Ziele zu erreichen

Wege zur Selbstorganisation



Beispiel

Unternehmensgründung

- Viele Leute möchten sich selbständig machen
- Oder sie sind selbständig, es gelingt ihnen aber nicht, eine ausreichende Größe zu erreichen
- Sie haben Fähigkeiten auf einem Fachgebiet, die sie für ihr Geschäft oder ihre Geschäftsidee benötigen
- Es fehlen aber oft andere Kenntnisse, Fähigkeiten oder Kapazitäten
- Fähigkeiten mehrerer Leute ergänzen sich oft gegenseitig
- Größere Teams könnten größere Projekte abwickeln

Kooperation: Teamfindung mit Open Space

- Im Open Space können zwischen 8 und 2000 Teilnehmer selbstorganisiert und selbstverantwortlich ihre Ideen gemeinschaftlich bearbeiten
- Jeder kann seine Idee einbringen und zu Beginn der Veranstaltung formulieren
- So entsteht ein „Themen-Marktplatz“ auf dem sich die Teilnehmer zu Themengruppen zusammenschließen
- Eine wichtige Regel ist, dass man jederzeit in eine andere Gruppe gehen kann
- Das fördert eine breite Beteiligung und erzeugt gegenseitiges Verständnis

Kooperation: Chaordische Organisation

- Offen für die Mitgliedschaft von allen Individuen oder Institutionen welche sich den Zielen und Prinzipien der Gemeinschaft bei der Ausführung ihrer Aktivitäten verschreiben.
- Mitglieder haben das Recht sich jederzeit, in jeder Größe und Form und für jede Aktivität, welche den Zielen und Prinzipien entspricht, selbst zu organisieren.
- Aktivitäten und Entscheidungen erfolgen durch Gremien und mit Methoden, welche alle relevanten und betroffenen Parteien repräsentieren, und werden von niemandem dominiert.
- Jede Autorität, Tätigkeit und Ressourcennutzung ist im kleinsten oder lokalsten Teil angesiedelt, der alle relevanten und betroffenen Parteien umfasst.
- Wenn immer möglich, fördere Verhalten statt es zu erzwingen.

Entwurf einer Chaordischen Web-Community

Eine Web-Community wird geschaffen. In dieser können Mitglieder:

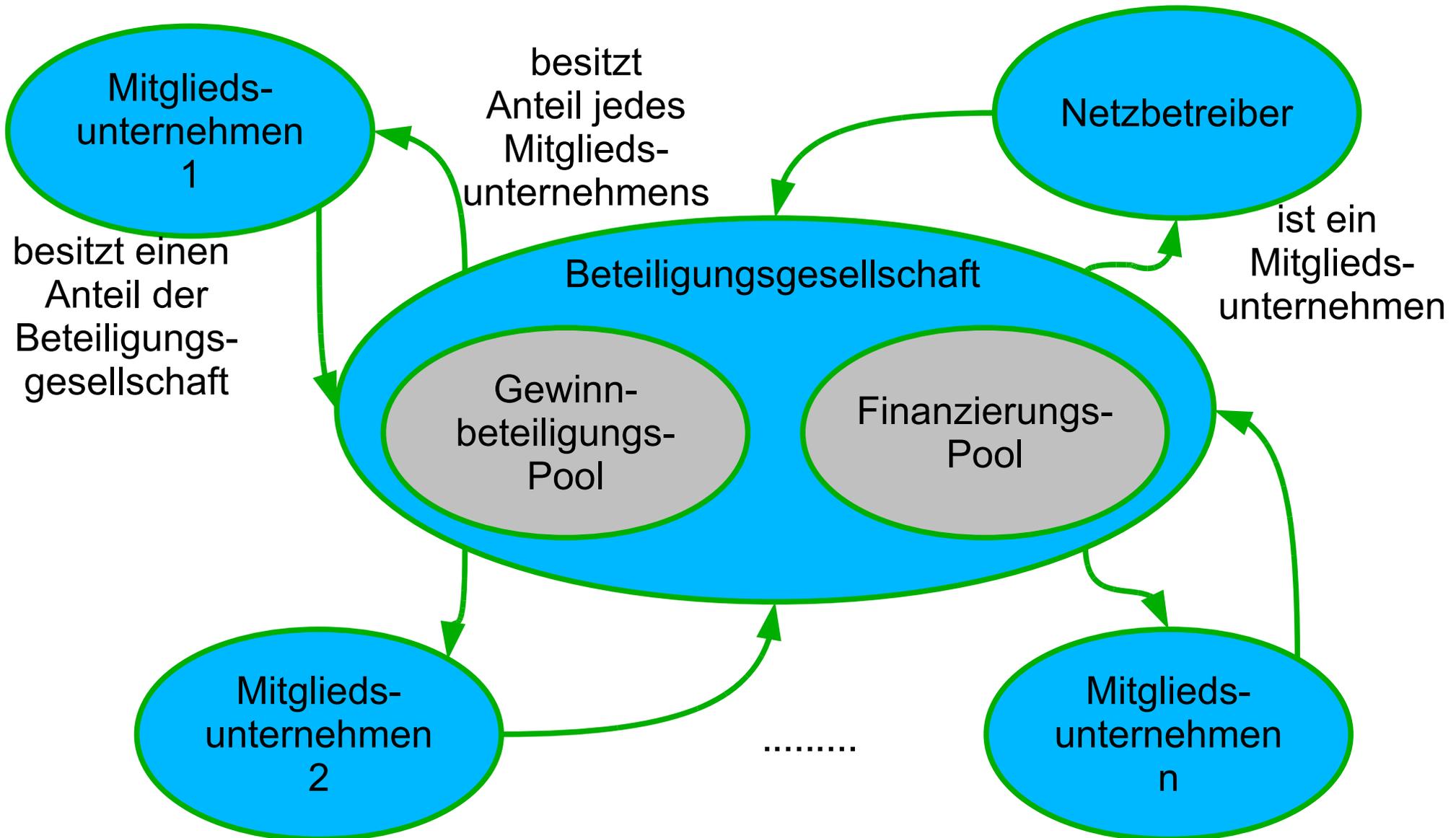
- Profile anlegen
- in den Profilen nach Kooperationspartnern suchen
- Projekte vorstellen
- gemeinsam detaillierte Konzepte in einem geschlossenen Raum erarbeiten

Entwurf einer Chaordischen Web-Community

Damit diese Web-Community sich finanziell erhalten und wachsen kann:

- legt jedes Mitglied seinen finanziellen Beitrag selbst fest
- jedes Mitglied kann sehen, wer wie viel bezahlt
- Mitglieder können andere Mitglieder werben und erhalten dafür Punkte
- Jedes Mitglied erhält einen Prozentsatz des Gewinns der Web-Community, je nachdem wie viele Punkte es gesammelt hat

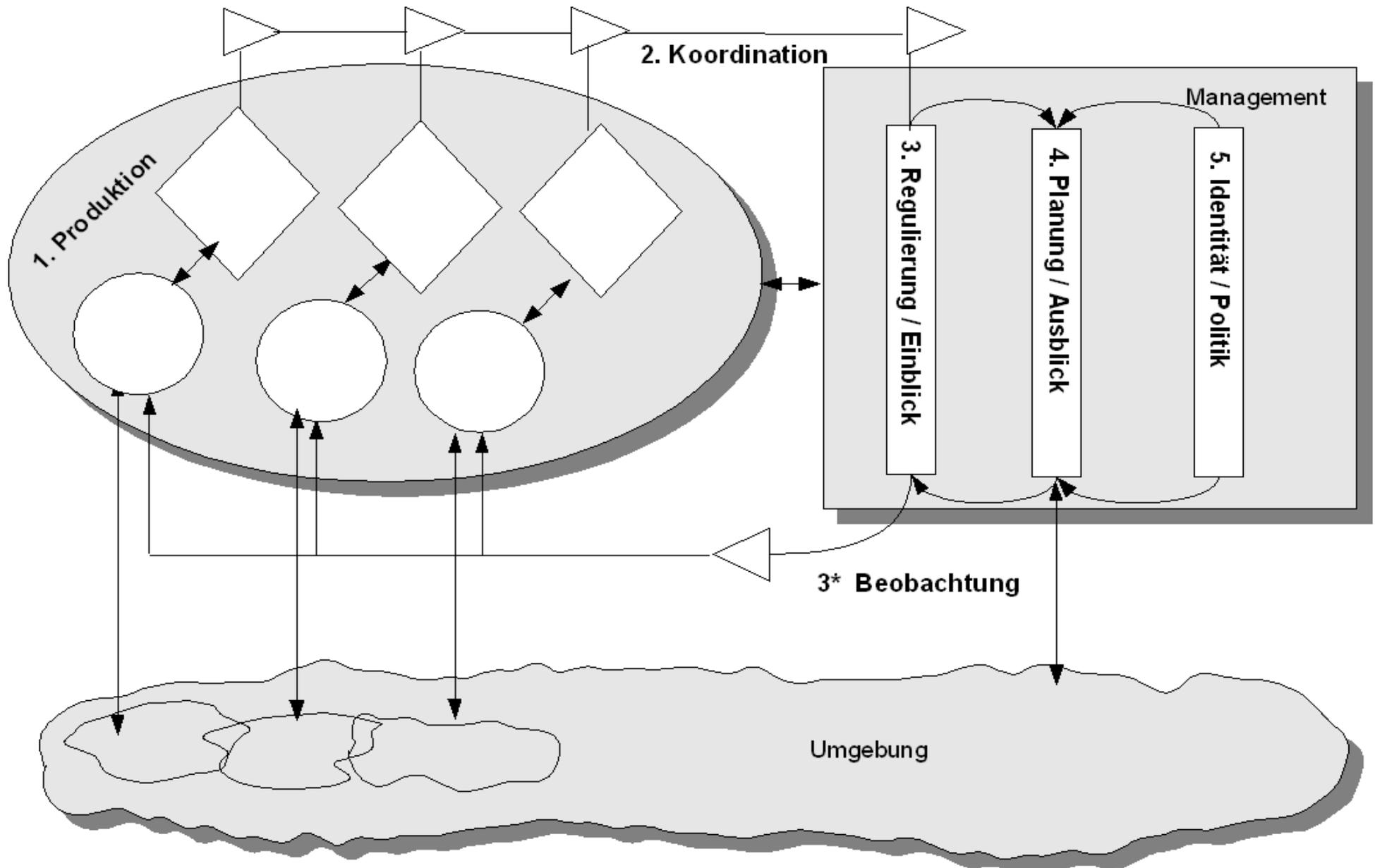
Entwurf einer Chaordischen Kooperation



7 Erfolgsfaktoren für Gemeingüter:

1. Definierte Abgrenzung, woraus das Gemeingut besteht und wer es nutzen darf.
2. Regeln über die Nutzung des Gemeingutes müssen an seine spezifischen Eigenheiten angepasst sein.
3. Wer den Regeln unterworfen ist kann an der Modifizierung der Regeln teilnehmen
4. Es gibt ein System, um das Verhalten der Mitglieder zu überprüfen. Dieses ist Teil der Gemeinschaft und kommt nicht von außen
5. Wer die Regeln verletzt ist abgestuften Sanktionen ausgesetzt, abhängig von der Schwere und den Umständen des Fehlverhaltens.
6. Es gibt eine Instanz, um Konflikte zu lösen, welche wenig kostet.
7. Das Recht der Teilnehmer, eigene Koordination vorzunehmen, wird vom Gesetzgeber nicht in Frage gestellt.

Organisation: Viable Systems Model



Verkauf: Virales Marketing

- Virales Marketing ist eine Marketingform, die soziale Netzwerke und Medien nutzt, um mit einer meist ungewöhnlichen oder hintergründigen Nachricht auf eine Marke, ein Produkt oder eine Kampagne aufmerksam zu machen.
- Der Term „viral“ besagt, dass Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung innerhalb kürzester Zeit, ähnlich einem biologischen Virus, von Mensch zu Mensch weitergetragen werden

Finanzierung: Crowdfunding

- Crowdfunding ist eine Art der Finanzierung, durch die sich Aktionen (Produkte, Projekte oder auch Geschäftsideen von Privatpersonen) mit Fremdkapital versorgen lassen. Als Kapitalgeber fungiert die anonyme Masse der Internetnutzer.
- Eine Aktion ist durch eine Mindestkapitalmenge gekennzeichnet, die durch die Masse fremdfinanziert sein muss, bevor die Aktion startet. Im Verhältnis zur Mindestkapitalmenge leistet jedes Mitglied der Masse (Crowdfunder) nur einen geringen finanziellen Anteil.
- Für diese Leistung erhält der Crowdfunder eine Gegenleistung, die verschiedene Formen annehmen kann (z.B. Rechte, Geld, Sachleistungen), aber stets einen monetarisierbaren Wert hat. Darüber hinaus kann die Gegenleistung einen ideellen oder altruistischen Wert besitzen.
- Die Kommunikation zwischen Geldgeber und -nehmer wird über eine Plattform im Web 2.0 realisiert. In der Regel veröffentlicht der Geldnehmer über diese Plattform eine weitgehend offene Ausschreibung, die sich an alle geschäftsfähigen Internetnutzer richtet. Es erfolgt keine namentliche Ein- oder Ausgrenzung der Adressaten (Anonyme Masse).

Literaturhinweise

- Porträts erfolgreicher selbstorganisierter Unternehmen
 - ➔ Making Mondragon, Whyte & Whyte
 - ➔ Maverick!, Ricardo Semler
 - ➔ The Seven Day Weekend, Ricardo Semler
- Unternehmens-Strukturen
 - ➔ Diagnosing the System, Stafford Beer
 - ➔ The Starfish and the Spider, Brafman & Beckstrom
- Gemeingüter
 - ➔ Governing the Commons, Elinor Ostrom
- Moderation von Gruppen
 - ➔ Open Space Technology, Harrison Owen
- Chaordic Organisation
 - ➔ One From Many, Dee Hock
- Story Telling zum Anstoß von Veränderungen
 - ➔ The Springboard, Stephen Denning

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!