

sei



# Innovation

Geniestreich oder Prozess?

**Standpunkte #6**



# Innovation + Disruption = Monopol

von Ingo Leipner

## Wie Erfindungen in der digitalen Ökonomie die freie Marktwirtschaft erschüttern

Der Durchbruch gelang der Ehefrau: Bertha Benz nahm 1888 ihre zwei Söhne, kletterte in den «Benz Patent-Motorwagen Nummer 3» und fuhr heimlich los. Von Mannheim aus ging die Fahrt nach Pforzheim, doch in Wiesloch war der Benzintank leer. Kein Problem für die beherzte Auto-Pionierin. Sie kaufte in einer Apotheke ein paar Liter «Ligroin», eigentlich ein Reinigungsmittel. Der Motor sprang wieder an. Heute erinnert ein Denkmal an die «erste Tankstelle der Welt».

1886, zwei Jahre vor dieser legendären Reise, hatte Carl Benz sein Patent angemeldet. Das war die «Stunde Null» der Automobilität. 15 Jahre nach dieser epochalen Innovation, also im Jahr 1901, wurden im damaligen Deutschen Reich 884 Autos hergestellt. 1938 erreichte die Produktion ihren vorläufigen Rekordwert: 382.000 Fahrzeuge (50 Jahre nach dem Benz-Patent). Nach dem Zweiten Weltkrieg kam das sogenannte Wirtschaftswunder. 1956 wurde die 1-Millionen-Grenze geknackt und 2014 liefen 5,9 Millionen Fahrzeuge jährlich vom Band. Zu diesem Zeitpunkt waren seit der Patentierung 128 Jahre ins Land gezogen!

Nun zum Kontrastprogramm: Raus aus der «Brick & Mortar-Industry», rein in die märchenhafte Welt des Online-Business! 1998 gründeten Larry Page und Sergey Brinn «Google». Ihre Innovation war eine Suchmaschine, die viel bessere Ergebnisse

lieferte als die Konkurrenz. 2000 schrieben die Gründer einen letzten Verlust von 14,7 Millionen Dollar (Umsatz: 19,1 Millionen Dollar). Dann ging es steil bergauf: 2015 erwirtschaftete das Unternehmen 16,4 Milliarden Dollar Gewinn (Umsatz: 75,0 Milliarden Dollar). Die Suchmaschine setzte sich global durch, etwa 95 Prozent aller deutschen Suchanfragen liefen über Google. Das alles wurde in gerade 17 Jahren wahr!

Noch mehr Beschleunigung erwünscht? Ein kurzer Blick auf Facebook: 2003 gegründet, sind in diesem Netzwerk heute rund zwei Milliarden Menschen unterwegs. Der kometenhafte Aufstieg hat lediglich 14 Jahre gedauert. Oder WhatsApp: 2009 gegründet, verwenden heute weltweit 1,3 Milliarden Menschen diesen Messenger-Service. Zwischen Idee und globaler Ausbreitung lagen nur acht Jahre!

Die Wissenschaft spricht dabei von verkürzten «Innovationszyklen», u.a. getrieben durch Risikokapitalgeber im Silicon Valley getrieben. Buchautor Christoph Keese erklärt, wie dort die Investoren kalkulieren: Ein Fonds lässt eine Milliarde Dollar in zehn Startups fließen. Jedes der neuen Unternehmen erhält 100 Millionen Dollar. Die Erfahrung zeigt, dass 90 Prozent scheitern. Als Konsequenz einer erwarteten Verdopplung des Einsatzes muss das eine erfolgreiche Unternehmen mit den verbliebenen 100 Millionen Dollar das Zwanzigfache verdienen, also zwei Milliarden Dollar in zehn Jahren! Das kann gelingen, und zwar mit einem «Shooting for the Moon»-Projekt, wie es in der Branche heisst.

Zur metaphorischen «Reise zum Mond» gesellt sich ein weiterer Begriff, die «Disruption». Wer z.B. die erste Kolonie auf dem Mars gründet, hat die Chance, den künftigen Raketenmarkt für das Weltall völlig umzustürzen. Welche Wirkung eine solche disruptive Technologie hat, erklärt der Startup-Berater Sven von Loh: «Damit werden Branchenregeln gebrochen, Marktführer verdrängt und bisherige Angebote völlig in Frage gestellt.» Kein Wunder, dass sich der englische Begriff «disruption» mit «Bruch», «Riss» oder «Zerbrechen» übersetzen lässt.

Ähnliche Gedanken hatte bereits der Ökonom Joseph Schumpeter (1883-1950). Ihm zufolge ist der Kapitalismus durch einen Prozess gekennzeichnet, «der unaufhörlich die Wirtschaftsstruktur von innen heraus revolutioniert, unaufhörlich die alte Struktur zerstört und unaufhörlich eine neue schafft.» Diesen Prozess nannte Schumpeter «schöpferische Zerstörung». Der Haken daran: Fällt ein Unternehmen diesen Umwälzungen zum Opfer, werden oft tausende Menschen mitgerissen.

Wer geht als Sieger aus solchen Trümmern hervor? Das Unternehmen, welches durch Netzwerkeffekte und positive Rückkopplung ein Monopol erobert. Das Prinzip: Immer mehr Menschen tauschen sich über WhatsApp aus. Will man mit ihnen in Kontakt bleiben, braucht man ebenfalls WhatsApp (Netzwerkeffekt). Der Wert des Messenger-Dienstes steigt mit jedem neuen Teilnehmer, weil so die Leistung des Anbieters noch heller am Markt erstrahlt. Dieses Phänomen wird von der Wissenschaft «positiver Rückkopplungseffekt» genannt.

Keese zitiert die Ökonomen Shapiro und Varian: «Die positive Rückkopplung macht die Starken stärker und die Schwachen schwächer. (...) [Sie] führt auf Märkten zur Dominanz einer einzigen Firma oder Technologie.» Ergebnis: «The winner takes it all.» Die Wettbewerber werden vom Markt gefegt, was aber völlig im Sinne der Risikokapitalgeber ist. Sie können so die Verdopplung des Einsatzes erreichen. Aus einer Milliarde Dollar werden zwei Milliarden Dollar. Das alleine zählt.

Fazit: In der digitalen Sphäre taucht das Monopol als Schreckgespenst auf. Eine Innovation ist nur erfolgreich, wenn sie zur Disruption führt. Eine erfolgreiche Disruption stösst alle Tore zum Monopol auf, um die hohen Gewinne aus dem Monopol an die Investoren auszuschütten. So erschüttert der Wunsch nach maximaler Kapitalrendite die freie Marktwirtschaft. Hinzu kommt, dass die extrem verkürzten Innovationszyklen zu disruptiven Technologien, die sich explosiv um den Globus ausbreiten, führen. Da bleibt schnell die Disziplin der «Technologiefolgeabschätzung» auf der Strecke. Den «Geist aus der Flasche» kann niemand mehr einfangen.

Es ist bitter, aber wahr: In der Online-Ökonomie kann sich die freie Marktwirtschaft selbst abschaffen. Ausserdem erobern digitale Technologien rasend schnell die Welt und die Gesellschaft ignoriert viele Risiken und Nebenwirkungen, die bei dieser exponentiellen Expansion auftreten. ■