

IfM-Standpunkt

Nr. 27

Erfolgreich – und schillernd?

Sind Unternehmerpersönlichkeiten wie Elon Musk und Jeff Bezos auch in Deutschland denkbar? Hierzulande wird diese Frage oft verneint. Stattdessen wird das Unternehmertum im Silicon Valley mit seinen Uni- und Decacorns als das Zukunftsmodell propagiert. Auch in Deutschland – so die Folgerung – müssten daher gezielt High-Tech Startups angesiedelt werden, die über einen hohen Innovationsgrad und skalierbare Geschäftsmodelle verfügen. Disruption ist in diesem Zusammenhang sowohl zu einem Zauberwort als auch zu einem Angstbegriff geworden. Schließlich lässt sich unter anderem Jeff Bezos gerne mit den Worten "Alles, was die Kunden lieber mögen als das, was sie vorher gekannt haben, ist disruptiv" zitieren. Tatsächlich ist diese Formel jedoch weder neu noch außergewöhnlich. So definierte bereits der österreichische Ökonom Joseph Schumpeter Anfang des 20. Jahrhunderts den Unternehmer als jemanden, der durch "schöpferische Zerstörung" neue Kombinationen kreiert. Disruptive Entwicklungen gab es in der deutschen Wirtschaftsgeschichte aber auch schon vor Schumpeter. Um nur drei Beispiele zu nennen: Carl Benz beendete Ende des 19. Jahrhunderts mit seinen "Motorwagen" die Ära der Pferdekutschen. Mit der Konstruktion des Zeigertelegraphens beschleunigte Werner von Siemens die Nachrichtenübermittlung. Mit Hilfe eines durchlöchernten Messingtopfes und einem Löschblatt filterte Melitta Bentz erstmals Kaffee – ohne dass der Satz in der Tasse blieb.

Was sich auf jeden Fall in den vergangenen Jahrzehnten geändert hat, ist die Taktzahl, mit der im Zuge der digitalen Transformation neue unternehmerische Konzepte sowie Produkte und Dienstleistungen kreiert werden. Die Herausforderung für die Unternehmen liegt heute darin, neben ihrer unmittelbaren Branchenkonkurrenz kontinuierlich auch über mögliche digitale Produktvarianten und Dienstleistungsangebote nachzudenken. Ansonsten besteht die Gefahr, dass branchenfremde Wettbewerber sich in diesen

Institut für
Mittelstandsforschung

IfM
BONN

www.ifm-bonn.org

Das IfM Bonn ist eine Stiftung
des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



Nischen breitmachen. Dies hat Jeff Bezos mit seinem Unternehmen Amazon in den vergangenen Jahrzehnten anschaulich bewiesen.

Doch wie vorbildhaft ist das Unternehmertum im Silicon Valley wirklich? Nicht nur in Deutschland werden die US-amerikanischen Gründer als nachahmenswerte Superhelden stilisiert – und teilweise zu unfehlbaren Ikonen erhoben. Dass die Realität durchaus anders aussieht, zeigt sich aktuell deutlich an Elon Musk: Seit die ersten Probleme bei der Tesla 3-Produktion aufgetreten sind, reagiert er äußerst empfindlich auf Widerspruch oder Kritik. Dabei trägt er in bester Wildwest-Manier seine Zügellosigkeit in die breite Öffentlichkeit – ebenso wie er früher sich, seine Erfolge und Visionen unüberhörbar in Szene gesetzt hat. Wie nahe Erfolg und Misserfolg im Silicon Valley beieinander liegen, zeigt aber auch das Beispiel Elizabeth Holmes, die mit ihrem Blutanalyse-Startup "Theranos" einst als reichste „Selfmade-Frau der USA“ gefeiert wurde. Inzwischen steht sie wegen Betrugs vor Gericht.

Sind jedoch nur diejenigen Unternehmen erfolgreich, denen es gelingt die Grenze zum Unicorn zu überschreiten? Eindeutig nein. Auch hierzulande gibt es überaus erfolgreiche Gründer, deren Unternehmen sehr innovativ sind und schnell wachsen. Teilweise beruht ihr Erfolg ebenso wie im Silicon Valley auf disruptiven und skalierbaren Geschäftsmodellen wie beispielsweise bei Home24 und Delivery Hero.

Daneben findet sich in Deutschland aber auch noch eine andere Gruppe von Unternehmen, die im Ausland hohe Beachtung findet: Die sogenannten "Heimlichen Gewinner". Nirgendwo auf der Welt gibt es so viele erfolgreiche Familienunternehmen, die technologisch komplexe und qualitativ hochwertige Nischenprodukte für die jeweiligen Kundenbedürfnisse anbieten: Rund 50 Prozent dieser nicht börsennotierten Unternehmen sind in Deutschland angesiedelt. Zum Vergleich: In den USA sind es nur gut 14 Prozent und in Japan nur 8 Prozent.

Im Gegensatz zu den US-amerikanischen Unternehmern suchen diese Weltmarktführer jedoch nicht die Öffentlichkeit. Dies liegt zum einen daran, dass sie vorrangig im B2B-Bereich tätig sind und ihre Produkte häufig "nur" Bestandteil in (international) bekannten Produkten sind. Das beruht zum anderen aber auch auf den unterschiedlichen Kulturen: Die wenigsten mittelständischen Unternehmer präsentieren sich und ihre Erfolge hierzulande in den (sozialen) Medien. In den USA gehört dies in der Regel zum Marketing.

Bemerkenswert ist auch ihr Pflichtgefühl gegenüber denjenigen, die zum Erfolg der Unternehmen beitragen und die von ihnen abhängig sind: ihre Mitarbeiter. So suchen sie nicht nur gezielt hoch qualifizierte Beschäftigte, sondern bauen auch deren Know-how durch Weiterbildungsmaßnahmen aus. Schließlich sind sie ambitioniert, auch längerfristig Weltmarktführer in ihren speziellen Bereichen bleiben zu wollen. Zugleich sehen sie sich selbst als Teil des immer vielfältiger werdenden Mittelstands in Deutschland.

In einer Hinsicht sind die Silicon Valley-Unternehmer wie Jeff Bezos und Elon Musk jedoch tatsächlich vorbildhaft: Sie tragen dazu bei, dass das Thema "Selbstständigkeit" heute nicht nur in unserer Gesellschaft, sondern besonders bei jungen Menschen ein positiveres Image als noch vor zehn oder 15 Jahren genießt. Es ist heute selbstverständlich, dass jeder nicht nur seine Zukunft, sondern auch die der Allgemeinheit mitgestalten kann. Neue Unternehmensideen oder Bewährtes in neuer Form werden daher auch zukünftig die deutsche Volkswirtschaft bereichern – vorausgesetzt, die Wirtschaftspolitik schafft verlässliche Rahmenbedingungen. So mancher dieser Unternehmer wird sich sicherlich als (schillernde) Persönlichkeit feiern lassen – viele andere weiterhin nicht.

Erschienen am 2.10.2018 in F.A.Z., S. 22.