

Innovative Elite in Deutschland?

Heike Grimm/Dietmar Herz

„In den USA herrscht die Meinung vor, dass die meisten Menschen selbst für ihr wirtschaftliches Wohlergehen verantwortlich sind und dass sie sich selbst darum kümmern müssen. Und deshalb ist es kein großer Akt, ein Unternehmen zu eröffnen. Es ist auch kein großer Akt, es wieder zu schließen. Unternehmer zu sein ist nur eine Karriereoption. [...] Jeder glaubt (in Amerika) zu wissen, was einen Unternehmer ausmacht. Wenn du es nicht weißt, kannst du mit einem Freund darüber reden, oder du kannst deine Mutter fragen. Sie wird antworten: ‚Also, Onkel Harry hat doch ein Unternehmen. Geh doch zu ihm. Der weiß, wie man an einen Kredit von der Bank kommt. Der wird dir weiterhelfen.‘ Wenn das funktioniert, gut. Jeder wird sich freuen, man kann sich weiterhin bei den Weihnachtsfeiern sehen lassen, und man spricht noch mit dir. Wenn es nicht klappt, auch gut. Dann wird dir jemand auf der Weihnachtsfeier den Tipp geben: ‚Weißt du, ich kenne hier auf der Party jemanden, der sucht Leute mit deinen Qualifikationen. Der verschafft dir sicher einen Job.‘

Es ist bemerkenswert: Unternehmer zu sein ist in Amerika nichts Besonderes, sondern ganz normaler Bestandteil des Lebens.“ (Paul Reynolds, London Business School/Babson College, 4. September 2003, in seinem Redebeitrag anlässlich der deutsch-amerikanischen Konferenz „Local Heroes in the Global Village“ in Erfurt, übersetzt von Heike Grimm.)

Wir brauchen „Innovation“. Das ist der Bundesregierung und den Landesregierungen längst klar. Doch was ist Innovation, und wie entsteht sie? Die Politik reagiert etwas hilflos: „Innovationsoffensiven“ werden gestartet, „Eliteuniversitäten“ verordnet. Geht jetzt der viel beschworene „Ruck“ durchs Land? Abgesehen von der Frage, *wohin* dieser Ruck das Land bewegen soll – viel Veränderung ist, Änderungen in der Sozialgesetzgebung einmal außer Acht gelassen, nicht zu spüren. Innovationsoffensiven hinterlassen viele neue Hochglanzbroschüren, aber nur wenige „innovative Gründer“.

Wie entsteht Innovation?

Stellen wir uns zunächst einmal die Frage, ob und wenn ja, warum es Deutschland scheinbar an innovativem „Humankapital“, also an Personen mit besonderen Fähigkeiten, Fertigkeiten sowie einem besonderen Wissen, das sie durch Ausbildung, Weiterbildung und Erfahrung erworben haben, mangelt. Wir akzeptieren nur schwer die Vorstellung, dass ein Land, reich an Nobelpreisträgern und Erfindern, plötzlich keine innovativen Menschen mehr hervorbringt.

Das ist ja auch nicht so: Wolfgang Ketterle, der 2001 den Nobelpreis in Physik gewann, oder Günter Blobel, 1999 Nobelpreisträger in Medizin, sind Gegenbeispiele. An innovativen „Deutschen“ mangelt es also nicht. Aber an innovativen Menschen, die in Deutschland arbeiten, fehlt es doch. Beide Preisträger leben und arbeiten in den USA. Man wagt kaum die

Frage zu stellen: Ob sie diesen Preis auch erhalten hätten, wenn sie hier zu Lande arbeiten würden?

Eine große Anzahl von Theorien und empirischen Belegen weisen auf die positiven Auswirkungen von Humankapital auf Wachstum und Beschäftigung hin. Investitionen in menschliche Ressourcen sind in Zeiten schnellen technologischen Wandels nicht nur ein entscheidender Wachstumsfaktor, sondern auch ein zentrales Instrument zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts. Staat und Unternehmen, die „in Menschen investieren“, erhöhen deren Fähigkeit, sich Zukunftsproblemen zu stellen. Investitionen in Aus- und Weiterbildung auf hohem Niveau und auf breiter gesellschaftlicher Basis tragen zur Stärkung des Gemeinschafts-sinnes und zur Stärkung des sozialen Zusammenhaltes bei. Gleichwohl wird dieser Zusammenhang von Unternehmen wie auch der öffentlichen Hand in seiner Bedeutung bei der Förderung technologischen Wandels und Stärkung des sozialen Zusammenhalts unterschätzt.

Daher: Arbeitskräfte, die mit hohem Humankapital ausgestattet sind, erweisen sich als direkte Quelle von Produktivität und Innovation. Was aber ist „Innovation“, und, vor allem, wie entsteht sie? Grundlegend ist nach wie vor die klassische Begriffsdefinition von Joseph Schumpeter: Innovation ist die Planung, Erzeugung und Durchsetzung neuer Produkte, neuer Produktqualität, neuer Produktionsverfahren, neuer Methoden für Organisation und Management sowie die Erschließung neuer Beschaffungs- und Absatzmärkte. Darüber hinaus betont Schumpeter: Innovation wird von Menschen generiert.

Schumpeters Innovationsbegriff ist eingebettet in eine Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, die ökonomischen Wandel als evolutionäre, nicht umkehrbare Entwicklung, als einen ständigen „Prozess schöpferischer Zerstörung“ auf-

fasst, der von kreativen Menschen ausgelöst wird. Der Unternehmer fungiert in diesem Zusammenhang als Träger und Promotor solcher Veränderungsprozesse, er verdrängt mit „dynamischen, neuen Kombinationen“ alte, überholte Produktionsstrukturen und löst auf diese Weise Entwicklungsschübe aus. Die so verursachte „schöpferische Zerstörung“ ist essenzieller Bestandteil eines Innovationsprozesses. Der „Revolutionär der Wirtschaft“ leistet Pionierarbeit und überwindet Stagnationsphasen. Unternehmer sind – Schumpeters Ausführungen zufolge – nicht nur „Pioniere“ auf einer beruflich unabhängigen Basis, sondern auch Manager in führenden Positionen oder „Vehikel der Umorganisation des Wirtschaftslebens“ (Joseph A. Schumpeter, *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, Berlin 1952, und Joseph A. Schumpeter, *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, Winterthur 1946). Solche Personen werden versuchen, sich vom Vorhandenen und Etablierten abzusetzen, um Märkte für neue Ideen, Strukturen und Prozesse zu erschließen.

Schumpeter assoziiert mit der Unternehmerpersönlichkeit eine Ausnahmeerscheinung, die voller Pioniergeist ohne Abwägen von Grenzkosten und Grenznutzen wirtschaftlich aktiv wird. Der Drang zu kreativer und innovativer Entfaltung wird aber nicht nur von den inneren Beweggründen des Handelnden wie Leistungsmotivation, Ansehenszuwachs und Wunsch zur Selbstentfaltung determiniert, sondern auch durch das mikro- und makrosoziale Umfeld. Zu den Umfeldbedingungen, die innovatives Handeln positiv beeinflussen, gehören die Haltung von Politik und Gesellschaft zur beruflichen Selbstständigkeit und die Fähigkeit der Gesellschaft, mit Niederlagen oder gar „Scheitern“ unternehmerischen Engagements umgehen zu können. Denn: Wer unternehmerisch handelt, trägt ein großes Risiko. Er kann scheitern. Aber:

Wer unternehmerisch handelt, trägt zu einem zwar „zerstörerischen“, aber innovativen Entwicklungsprozess bei, ohne den ein Land in wirtschaftlichen, sozial- und bildungspolitischen Bereichen stagniert.

Historische Gründe für den „Brain Drain“ nach Amerika

Die Anziehungskraft Amerikas beruht auf den außergewöhnlichen mikro- wie makrosozialen Umfeldbedingungen für wirtschaftliches Handeln. Die amerikanische Gesellschaft ist daher stolz auf ihre „kurze“ Historie. Die Erinnerungskultur des Landes erzählt vor allem von Menschen mit Pionier-, Expansions- und Innovationsdrang, von außergewöhnlichen Menschen.

Die Verfasser sind sich der Problematik bewusst, dass in diesem Artikel nur ein Aspekt, und zwar ein positiver Aspekt des amerikanischen Wirtschaftslebens betrachtet wird. Wir sind uns der existenten Verwerfungen des amerikanischen Wirtschafts- und Sozialsystems durchaus im Klaren, denken aber, dass unsere Spurensuche in Amerika für Deutschlands Suche nach der innovativen Elite eine Orientierungshilfe sein kann.

Bereits die frühe amerikanische Republik legitimierte sich durch ihre „Exzeptionalität“. Die Gründung der Vereinigten Staaten war originär. Für die Gründer des Staates war dieser die Wirklichkeit gewordene Aufklärung. Diese dem *American Way of Life* zugrunde liegende spirituelle Lebensvor- und -einstellung bezeichnet Will Herberg als *America's Civil Religion*. Er führt aus: „Diesem Oberbegriff würde ich an erster Stelle den Glauben an ein höchstes Wesen zuordnen, in dem sich nahezu alle Amerikaner, weit mehr als die Bürger aller anderen Staaten der westlichen Welt, eins sind. Sodann würde ich Idealismus und Moralismus nennen: Für uns Amerikaner ist jede gewichtige staatspolitische Maßnahme ein

„Kreuzzug“ und jede gewichtige staatspolitische Ansicht eine Gewissensfrage. [...] Das Grundethos der amerikanischen Zivilreligion ist uns durchaus vertraut: Die amerikanische Lebensart ist dynamisch, optimistisch, pragmatisch, individualistisch, und sie ist egalitär in dem Sinne, dass man sich unbehaglich fühlt, sobald jemand die Ungleichheiten, die in unserer Gesellschaft so alltäglich sind wie in jeder anderen, offen zur Schau stellt [...]“ (Will Herberg, *America's Civil Religion: What It Is and Whence It Comes*, in: Donald G. Jones/Russel E. Richey, *American Civil Religion*, San Francisco 1990, Seite 78/79. Übersetzt von Veronika Weinberger)

Die Diskussion um die Attraktivität Amerikas für innovative, nach Freiheit strebende Menschen ist so alt wie die Vereinigten Staaten von Amerika selbst. Am Beginn war die Suche nach religiöser Freiheit: Es waren streng religiöse, nach Freiheit suchende Menschen, die Europa zu Beginn des 17. Jahrhunderts verließen, um in der Neuen Welt ihr Glück zu finden. Man könnte es den ersten europäischen „Brain Drain“ nach Amerika nennen, der sich in den nächsten Jahrhunderten wiederholen sollte. Die Gründe für diesen „Brain Drain“ und die Abwanderung kreativer, intelligenter Menschen wechselten, aber die Attraktivität und der Mythos „Amerika“ blieben bestehen.

Die Suche nach religiöser Freiheit und Wohlstand trieb im 17. Jahrhundert die ersten Auswanderer aus Europa, vornehmlich Puritaner, nach Amerika. Gerade die Gründerväter des amerikanischen Gemeinwesens, jene Puritaner, die 1620 an Bord der *Mayflower* nach Amerika segelten und Ende 1620 bei Cape Cod im heutigen Bundesstaat Massachusetts an Land gingen, prägten das amerikanische Selbstverständnis in religiösen wie wirtschaftlichen Belangen in besonderer Weise. Diese „Pilgerväter“ hatten in England auf einer radikal reformatorischen Richtung ihrer Kirche in Ablehnung der

anglikanischen Hochkirche bestanden. Damit gerieten sie in Konflikt mit der Staatskirche und, daraus resultierend, auch in Konflikt mit dem königlichen Regierungssystem, zu dessen wesentlichen Bestandteilen die anglikanische Kirchenordnung gehörte. Die Mehrheit der Puritaner hatte sich deshalb (seit 1604) mit der Parlamentsopposition gegen den König verbündet, eine Minderheit wanderte aus.

Diesen Emigranten verdankt Amerika seine erste wirtschaftliche Entwicklung: Frömmigkeit, Fleiß, Sparsamkeit, kaufmännische Umsicht und Streben nach Unabhängigkeit prägten das Leben der Puritaner und führten zu wirtschaftlichem Erfolg. Religiös begründete Askese kombiniert mit harter Arbeit schufen den Nährboden für das Amerika, wie es sich uns heute darstellt: ehrgeizig, erfolgsorientiert und voller Pioniergeist.

Der christliche Geist der strenggläubigen Einwanderer aus Europa galt lange Zeit als ausschlaggebend für die sich schnell vollziehende wirtschaftliche Entwicklung Amerikas. Max Weber (1864–1920) erregte mit seinen 1904/1905 erschienenen Aufsätzen zur „Protestantischen Ethik“ großes Aufsehen. Er behauptete, dass ein enger Zusammenhang zwischen der Konfession (und dabei vor allem der protestantischen Denomination), kapitalistischem Geist und ökonomischer Fortentwicklung besteht. Der „kapitalistische Geist“ ist das „Erwerben von Geld und immer mehr Geld, rein als Selbstzweck“. (Max Weber, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, in: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, XX./XXI. Band 1905, Seite 1–110) Diese Freude des Individuums, sich zu bereichern, speist sich, so Weber, vor allem aus religiösen Antriebsquellen. So argumentiert Weber, dass sich in der Vorstellungswelt der protestantischen Sekten die Hingabe zu Gott speziell im wirtschaftlichen und persönlichen Erfolg

schon zu Lebzeiten widerspiegelt und hartes Arbeiten im Diesseits im Jenseits belohnt wird.

Max Weber stellte die calvinistische Vorstellung, dass das menschliche Schicksal vorherbestimmt ist, in den Mittelpunkt seiner Ausführungen. Die Gnade Gottes zeigt sich schon im wirtschaftlichen Erfolg des Menschen zu Lebzeiten. Armut war demgemäß ein Anzeichen für die fehlende Gnade Gottes. Armut war konsequenterweise Folge entweder mangelnden irdischen Eifers oder materieller Verschwendung.

Infolgedessen nahm die Lebensweise der Calvinisten bestimmte Formen und Gewohnheiten an: harte Arbeit, Bescheidenheit im alltäglichen Leben und Verzicht auf weltliche Genüsse. Der Puritaner signalisierte bereits im Jetzt und Heute, dass er infolge seiner individuellen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ein auserwähltes Geschöpf Gottes ist.

Die Kinder der „Old“ und „New Economy“

Die ökonomische Prosperität Amerikas gehört zu Beginn des 21. Jahrhunderts immer noch zu den wichtigsten Themen. Ökonomische Prosperität stellt, wie neueste Umfragen zeigen, sogar einen höheren Wert dar als außenpolitische und militärische Erfolge. Nicht nur Bill Clinton wusste „It’s the economy, stupid!“. Die amerikanischen Wähler schätzen die Bedeutung dauerhaften persönlichen Wohlstandes und ökonomischen Wachstums hoch. Und um diesen dauerhaften Wohlstand zu erzielen, bedarf es innovativer, kreativer Menschen, die zum technologischen Fortschritt des Landes beitragen. Daran scheint es Amerika nicht zu mangeln. Die „amerikanische Ideologie“ kann glaubhaft vermitteln, dass der Traum von der persönlichen Entfaltung, gepaart mit wirtschaftlicher Prosperität, Wirklichkeit werden kann. Das Land der Pioniere bietet viel versprechende Voraussetzungen

für „Selfmade Men“ wie „Selfmade Women“. Diese bestehen seit den Anfängen der modernen amerikanischen Geschichte und gründen vor allem in der Verbreitung von religiösen und ökonomischen Werten, aber auch der Freiheit, nach diesen Werten streben zu können, ohne von Obrigkeiten eingeschränkt zu werden. Von der Unfreiheit der Zünfte und der Gängelung durch Fürstenhöfe geplagt, brach die alte, innovative europäische Elite auf in eine neue Welt, die Freiheit und Wohlstand versprach.

Die Attraktivität der Vereinigten Staaten für deutsche Pioniere, Selbstständige und Unternehmer besteht, seit die ersten Immigranten aus „Old Europe“ in der Neuen Welt an Land gingen. Dann wiederholte sich die Geschichte immer wieder.

Zum Beispiel: Levi Strauss

Ein Beispiel mag dies verdeutlichen: „Levi Strauss wurde 1829 im Königreich Bayern geboren und kam noch nicht volljährig nach Amerika, um sein Glück zu suchen, was Verstand und Energie erfordert“, schrieb die San Franciscoer Zeitung *Call* in ihrer Sonntagsausgabe im September des Jahres 1902 in einem Nachruf auf Levi Strauss. Im Alter von siebzehn Jahren war der junge, aus Buttenheim in Bayern kommende „Löb“ Strauss wenige Jahre nach dem Tod seines Vaters in die Vereinigten Staaten von Amerika emigriert. „Löb“ Strauss gehörte zu ungefähr 300 000 Deutschen, die vor dem Ersten Weltkrieg in die Vereinigten Staaten auswanderten. Ein aus heutiger Sicht waghalsiges Unternehmen, wenn man bedenkt, dass damit eine kaum umkehrbare Entscheidung getroffen wurde. Wer einmal in der alten Heimat alles abgebrochen hatte, wer Abschied nahm von Familie und Freunden, um eine wochenlange, entbehrungsreiche Schiffsfahrt über den Atlantik auf sich zu nehmen, der setzte eine klare Zäsur in seinem Leben.

Der Weg zum Erfolg war für „Levi“ (diesen Namen erhielt er von der amerikanischen Einwanderungsbehörde) Strauss ein steiniger. Levi tingelte zunächst als fliegender Händler durch die Straßen New Yorks und verkaufte Eisenwaren und Kleidungsstücke. Mit dem schwer verdienten Geld konnte er sich eine kärgliche Unterkunft für drei Dollar monatlich in einer Hausiererabsteige leisten. Im Nachruf des *Call* ist hierzu zu lesen: „Mit dem ihm angeborenen Instinkt für Geschäftsmöglichkeiten und seinen frühen Erfahrungen in New York, wo er die Bedürfnisse der Amerikaner kennen lernte und sich in die amerikanische Art einlebte, sah er in dem sich rasch bevölkernden Land ein weites Feld für die Versorgung mit Gütern von nah und fern.“

Als Levi Strauss die Küste vom Goldrausch an der Westküste erreichte, zog er nach San Francisco, um dort ein eigenes Geschäft zu gründen. Er trat seine zweite große Schiffsreise an, umsegelte das Kap Horn und erreichte 1852 die „Legendary Street of Gold“. Handlungsreisen führten Levi alsbald zu den Goldminen. Für die dort arbeitenden Goldschürfer entwarf er eine strapazierfähige Arbeitshose, „the Pants of Levi's“. Die Neugierigkeit von den praktischen, hüfthohen Arbeitshosen verbreitete sich in den Goldminen wie ein Lauffeuer. Levi wurde mit Aufträgen eingedeckt. „Mit wenig Kapital, aber einem klugen Kopf, Willen und Optimismus eröffnete er als junger Mann die Firma „Levi Strauss & Company“, Textil und Kurzwaren, deren Chef und Haupteigentümer er bis zu seinem Tod fast neunundvierzig Jahre lang blieb“, erinnert der *Call*. Er schuf ein beachtliches Vermögen und einen weltweiten Geschäftsbetrieb.

Levi, gebürtiger Bayer, war zweifelslos ohne einer der großen Pioniere des Goldenen Westens. In den Goldminen Kaliforniens hatte er ein Kleidungsstück entworfen, das ungläublichen Absatz fand und das wir uns heute aus dem Alltag

nicht mehr wegdenken können: die legendäre „Jeans“. – Ein Kleidungsstück, von dem wir eigentlich dachten, dass es nur eine amerikanische Erfindung sein könnte. Tatsächlich war der Designer der Jeans ein Bayer.

Während Levi Strauss aus der Not heraus kreativ wurde, um seinen Lebensunterhalt zu verdienen, macht Not alleine heute nur noch selten erfinderisch. Wer kreativ ist, benötigt Freiräume. Und Akzeptanz. Für solche Ideenträger scheint Deutschland zu wenig Freiraum und zu wenig Akzeptanz zu bieten. Wie schon vor vielen Jahrhunderten können Ideenträger weder in universitären Laboren noch in der Privatwirtschaft von staatlicher Gängelung unbehelligt arbeiten. Ihre Möglichkeiten, reich, kreativ und berühmt zu werden, sind bescheiden. Ein angemessenes, gesichertes Einkommen mag attraktiv erscheinen, aber ausschlaggebend für die Umsetzung kreativer Ideen ist es nicht. Und gerade hier zeigte sich Amerika über Jahrhunderte hinweg wandlungsfähig aufgrund seiner besonderen historischen und kulturellen Erfahrung. Mag der *American Dream* früher heißen haben „vom Tellerwäscher zum Millionär“, so heißt er heute „vom Garagentüftler zum Milliardär“. Während der *American Dream* den Menschen der „Old Economy“ Inspiration und Kraft verlieh, um hart zu arbeiten und sich selbst und die Familie zu ernähren, träumen die Menschen heutzutage von einer kreativen Arbeit, mit der man gleichzeitig sich selbst und seine Familie ernähren kann. Diese Arbeit mag intellektuell nicht weniger anstrengend sein, aber sie erfordert andere Voraussetzungen. Die Freiheit, erfinderisch handeln zu dürfen, verhilft dem kreativen Geist zum großen Geld und Staat und Gesellschaft zu technologischem Fortschritt.

Es gibt gute Gründe, noch etwas genauer auf die Ausgangsbedingungen für kreative Menschen in den Vereinigten

Staaten von Amerika zu blicken. Zahlreiche, dem amerikanischen Wirtschaftsmodell inhärente Merkmale bestimmen dessen Erfolg ebenso wie die hohe Gründerquote – auch von innovativen Gründungen. Dabei handelt es sich um ökonomisch messbare Variablen wie niedrige Steuersätze, geringe Arbeitskosten, einen geringen Regulierungsgrad oder ein Minimum an Auflagen. Dazu zählt aber auch die Bereitschaft der Bevölkerung, Visionen, Träume und Ideen in die Realität umzusetzen und scheinbar Unerreichbares anzustreben. Solcher Mut zum Risiko und hohe Eigenverantwortlichkeit werden von der amerikanischen Öffentlichkeit in höchstem Maße anerkannt.

Oder: Bill Gates

Zu den berühmtesten Pionieren der Moderne gehört sicherlich der Mann, der ein milliardenschweres Softwareunternehmen in einer Garage gründete: Bill Gates ist ein typisch amerikanisches Phänomen – und ein gern angeführtes Beispiel –, das in Deutschland bereits in seinen Anfängen an hohen Auflagen und bürokratischen Hürden gescheitert wäre. Wer kann sich in Deutschland schon in einer Garage selbstständig machen, die weder über einen Notausgang noch über Fenster verfügt, ohne mit den Aufsichtsbehörden in Konflikt zu geraten? Und selbst wenn er es versuchen würde: Wie würde seine Umgebung reagieren, die Nachbarn und die Kollegen?

Regulieren und Verordnen sind keine Probleme der Moderne, mit denen wir plötzlich konfrontiert werden. Vielleicht ist es tatsächlich ein Aspekt der deutschen „Identität“, der uns davon abhält, mit ähnlichem Engagement wie die Amerikaner ein Unternehmen zu gründen, es wieder zu schließen, um es tags darauf unter einem anderen Firmennamen neu zu eröffnen. Und dies auch noch, ohne ein Stigma und einen Schuldenberg davon-

zutragen, quasi als lebenslange „Strafe“ für den Schritt in die Selbstständigkeit. Kein Wunder also, dass sich deutsche wie europäische Pioniere aufmachen und in Amerika das große und kleine Glück suchen – ehemals inspiriert von Tellerwäschern und Jeans-Designern, heute inspiriert von Freiräumen für innovative Eliten.

Liliana Nordbakk

Die Kinder der „New Economy“ fühlten sich besonders angezogen von den Freiräumen und Chancen, die sich ihnen Ende des zwanzigsten Jahrhunderts in Amerika eröffneten. Wer eine innovative Geschäftsidee hatte und sich mit dieser selbstständig machte, schien automatisch vom Erfolg verwöhnt zu werden. Viele, besonders gut ausgebildete junge Menschen emigrierten deshalb, vom Höhenflug der *New Economy* angezogen, aus Deutschland nach Amerika. Zu diesen „Pionieren“ zählte auch Liliana Nordbakk. Sie gründete das Unternehmen Norcom, und sie ist ein Beispiel aus jüngster Zeit: Liliana Nordbakk gründete das E-Business-Unternehmen an der Westküste, als die *New Economy* zu ihrem Höhenflug ansetzte. Nordbakk erkannte das Potenzial einer Unternehmensgründung im E-Bereich frühzeitig. Nach dem Einbruch der *New Economy* ging es Norcom wie fast allen Konkurrenten: An der Börse fiel der Aktienkurs ins Bodenlose, die Zukunft wurde unsicher. Doch das Unternehmen Norcom war sich von Beginn an darüber im Klaren, dass der Weg steinig sein würde: „Hier drüben läuft nichts wie in Europa. Und erst recht an der Westküste haben wir es mit einer komplett anderen Kultur zu tun“, betont Liliana Nordbakk immer wieder. (*Lost in the USA*, in: *Information Week*, Ausgabe 10 vom 3. Mai 2001) Ob sich der *American Dream* für die Gründerin erfüllen wird, wird sich zeigen. Doch darauf kommt es eigentlich nicht an, es eröffnen sich einem

„Pionier“ fast täglich neue Geschäftsfelder und Betätigungsformen.

Wirtschaftskultur „Made in Europe“ und „Made in USA“

Wer also auszieht, sein Glück jenseits des Atlantiks zu suchen, muss Europa kulturell hinter sich lassen. Die Bedeutung historisch-kultureller Einflussfaktoren rückt für die mobilen Kinder der *New Economy* in den Mittelpunkt ökonomischer Standortentscheidung. Die besonderen Eigenheiten der deutschen Kultur erscheinen in diesem Zusammenhang wenig attraktiv: Ein eng gewobenes Geflecht von staatlich gesetzten Normen und Regeln sowie Institutionen, die die Wahrung und Sicherung dieser Normen für sich beanspruchen. Die in Deutschland rechtlich gebundene Staatengesellschaft, mittlerweile eine unbewegliche und bequeme Sozialstaatsgesellschaft, steht im Gegensatz zur amerikanischen Bürgergesellschaft. Deren Lebendigkeit sah schon Alexis de Tocqueville in der Verschmelzung christlichen Glaubens mit der Freiheit im Denken begründet. (Alexis de Tocqueville: *Über die Demokratie in Amerika*, Neudruck, Zürich 1835)

Die Attraktivität Amerikas liegt in der wirtschaftlichen und persönlichen Freiheit, die das Land bietet. Die Wirtschaftspolitik der USA war und ist geprägt vom Prinzip des klassischen Liberalismus. Dessen ordnungspolitisches Programm ist einfach: Es fordert Selbstverantwortung und Eigeninitiative des Einzelnen, Freiheit für den Markt und Selbstbeschränkung des Staates. Staatliche Vorschriften sollen den Einzelnen nicht daran hindern, seine materielle Lage zu verbessern. Staatliche Fürsorge darf seine Motivation und sein unternehmerisches Handeln nicht lähmen.

Aus diesen geschichtlichen Wurzeln ist eine liberale Wirtschaftsordnung entstanden. Unternehmerische Initiative findet in den USA einen großen Entfaltungs-

spielraum. „Think Big“ heißt das Motto, das sie beflügelt. Griffig formulierte es auch ein amerikanischer Vertreter der Moderne, Phil Night, der ein Stück Gummi mit Profil auf einen Turnschuh klebte, seine Firma nach der griechischen Siegesgöttin Nike benannte und die einfachste und erfolgreichste Strategie überhaupt verfolgte: „Just do it!“

Die Begeisterung für moderne Technologien und die damit verbundene typische amerikanische Verhaltensweise, über sich selbst hinauswachsen zu wollen, zeugt von einem Ehrgeiz, den man durchaus als „amerikanisch“ klassifizieren kann. Die Geschwindigkeit, mit der Forschung und Entwicklung vorangetrieben, neue Produkte auf den Markt geworfen und dann durch verbesserte Produkte ausgewechselt werden, ist rasant. Unter den hundert weltweit als die „wertvollsten“ bezeichneten Markenartikel kommen 65 aus Amerika (siehe <http://www.finfacts.ie/brands2003.htm>). 41 der hundert umsatzstärksten Unternehmen im Ranking des Wirtschaftsmagazins *Fortune* haben ihren Stammsitz in den USA.

Standortvorteile der Zukunft

Exzeptionelle Schaffenskraft stellten die USA in der letzten Dekade des zwanzigsten Jahrhunderts unter Beweis. Nach einer kurzen Rezessionsphase ging es ab 1992 überraschend schnell bergauf mit der amerikanischen Wirtschaft. Zwischen 1992 und 2000 entstanden in den USA 5,9 Millionen neue kleine und mittlere Unternehmen sowie zirka zwanzig Millionen neue Arbeitsplätze. Standorte wie das kalifornische Silicon Valley, einstmals

Mekka der Computerindustrie und „New Economy“, erhielten Konkurrenz von anderen so genannten „Hot Spots“, wie zum Beispiel dem Silicon Alley, eine neue Hochburg der Anbieter und Produzenten von Informationstechnologien südlich von New York City, oder von Austin, Texas, und Atlanta, Georgia. Am Innovationswettbewerb der US-Regionen nahmen erstaunlich viele Regionen aus den Südstaaten teil, die traditionell als Hinterhöfe der USA galten.

Für Richard Florida (Carnegie Mellon University) liegt das Geheimrezept der amerikanischen „Hot Spots“ bis heute nicht in geringen Lohnnebenkosten oder niedrigen Immobilienpreisen: „Technology, Talent and Tolerance“ sind seiner Meinung nach die Zauberworte, die Regionen für innovative Eliten anziehend machen. (Richard Florida, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Cambridge 2002) Kreative Menschen in einer technologisch innovativen Region, in der ein großes Maß an Toleranz und Offenheit für Innovatives und Kreatives, für Anders- wie Gleichdenkende, und für innovative Eliten aus dem In- wie Ausland vorherrscht. Von dieser Toleranz und von solch freiheitlichem Denken fühlen sich kreative Menschen angezogen. Und last „but not least“ trug die Clinton-Administration wesentlich dazu bei, innovativen Eliten diese Freiheiten und Möglichkeiten zu verschaffen, indem ein möglichst egalitärer Zugang zum Internet geschaffen wurde, die Ausgaben für Forschung, Entwicklung und höhere Bildung erhöht wurden und zusätzlich eine mutige Einwanderungspolitik verfolgt wurde.