

Aufstieg der Superstar-Firmen

In der modernen Wirtschaft stellen Firmen wie Google, Amazon oder Microsoft alle anderen in den Schatten. Für die Konsumenten verspricht diese Entwicklung beste Aussichten.

Von Beat Gygi

Grosse Firmen werden Jahr für Jahr grösser, nehmen den kleinen das Sonnenlicht weg und sind so beweglich, dass sie den lokalen Regierungen bei Bedarf über alle Landesgrenzen hinweg davoneilen können. Solche Einschätzungen sind nicht nur oberflächliche Sprüche oder gezieltes Jammern der Kleinen. Die Konzentration der wirtschaftlichen Leistung in grossen internationalen Unternehmen ist in vielen Ländern zu erleben, die Folgen spürt man unter anderem an den Arbeitsmärkten. Bedeuten grosse Firmen grosse Probleme für die andern? Bisweilen entsteht dieser Eindruck. Die höchsten Strafen, welche die EU-Wettbewerbsbehörde bisher gegen Einzel-firmen ausgesprochen hat, richteten sich gegen die amerikanischen Informatikriesen Microsoft (560 Millionen Euro), Intel (1,2 Milliarden) und Google (2,4 Milliarden), allesamt internationale Konzerne, denen die EU-Kommission Missbrauch ihrer marktbeherrschenden Stellung vorwirft.

Zusätzlicher Schwung

Grosse Banken wurden bereits mit dichten Regulierungen eingezäunt, damit sie nicht mehr *too big to fail* sein und schädliche Nebenwirkungen erzeugen können. Dem noch unregulierten mächtigen weltweiten Kommunikationsnetz Facebook wird von Politikern und Medien vorgehalten, es schade mit seiner Informationsverbreitung der Demokratie mehr, als es nütze. Und der in fast alle Produktmärkte hineinwachsende Verteiler Amazon macht auf der ganzen Welt Handelsketten einen Teil ihrer Geschäftsgrundlage streitig. In der Schweiz dient der Hinweis auf die Marktmacht von Riesen wie Google oft als Argument, die eigenen Märkte nicht voll zu öffnen, sondern lieber eine Art lokale Gegenkraft aufzubauen.

Als die Swisscom, die SRG und die Ringier-Gruppe 2016 ihre Werbevermarktung im Gemeinschaftsunternehmen Admeira zusammenlegten, geschah dies auch mit dem Ziel, den Werbemarkt Schulter an Schulter gegen Google und ähnliche internationale Konkurrenten zu verteidigen. Mit gleichen Absichten hat die privat-öffentliche Initiative Digital Switzerland kürzlich ein Projekt zur digitalen Identifikation der Bürger auf den Weg gebracht. Neun private und öffentliche inländische Firmen wollen zusammen mit dem Bund ein Schweizer System zur einfachen und sicheren Identifikation im Internet errichten, damit sich die Leute nicht via

Google, Facebook oder andere Dienste in die Netze einloggen und auf diese Weise ihre Daten ins Ausland liefern.

Mit etwas Abstand betrachtet, sind grosse Spitzenunternehmen mit starker Marktstellung so etwas wie Gewinnmaschinen, die sich durch den eigenen Schwung zusätzlich beschleunigen. Sie arbeiten offenbar produktiver als die Konkurrenten, gewinnen dadurch Marktanteile, können so zu noch günstigeren Kosten arbeiten und noch mehr Geld verdienen als die andern und wieder mehr investieren. David Dorn, Ökonomeprofessor an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich, hat zusammen mit Kollegen von

Mit etwas Abstand betrachtet, sind grosse Spitzenunternehmen so etwas wie Gewinnmaschinen.

Harvard und dem Massachusetts Institute of Technology (MIT) solche Entwicklungen in den USA und andern Ländern untersucht, auch mit genauerem Blick auf den Einsatz von Kapital und Arbeit in den Unternehmen.

Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass sich die Verteilung des volkswirtschaftlichen Einkommens zwischen Kapital und Arbeit verschiebt, indem die Lohnquote beim Gesamteinkommen vielerorts sinkt – die Schweiz ist wegen wachsender personalintensiver Branchen eine Ausnahme. Diese Gewichtsverschiebung zu Lasten der Arbeitseinkommen suchten die Forscher zu erklären. Im Rückblick meint Dorn: «Was mich bei unseren empirischen Erkenntnissen besonders verblüfft hat, ist der Befund, dass es in den verschiedensten Branchen und verschiedensten Ländern eine Tendenz zu einer Marktkonzentration gibt. Der Anteil der grössten Firmen am Gesamtumsatz einer Branche ist am Steigen. Dieses Muster betrifft nicht nur den Technologiesektor, sondern alle Branchen.»

Damit lässt sich auch eine sinkende Lohnquote erklären. «Statistisch konnten wir sinkende Lohnquoten zurückführen auf das Erstarken der Grossunternehmen», sagt Dorn, denn grosse Firmen hätten im Durchschnitt einen geringeren Lohnanteil und seien in der Regel auch profitabler als die Konkurrenz. Deshalb verlagere sich die Wirtschaftsleistung einer Branche tendenziell in Richtung dieser Firmen, was eben auch die gesamtwirtschaftliche Lohnquote drücke.

Warum kommt es auf breiter Front zu Marktkonzentrationen und zum Erstarken der grossen Unternehmen? Nach Dorns Einschätzung lässt sich das statistisch nicht endgültig beantworten, aber es gebe aufschlussreiche Korrelationen: Branchen mit stark steigender Konzentration seien auch deutlich produktiver geworden. «Eine Erklärung ist, dass es eben sehr produktive Unternehmen gibt, die in ihren Märkten die Konkurrenten ziemlich an die Wand drücken können», sagt Dorn dazu, und mit seinen Kollegen wählte er auch die geeignete Etikette dafür: «Superstar-Firmen» sind es, die derart wachsen und ertragsmässig – oft auch an der Börse – in die Höhe schiessen, dass sie irgendwann die Branche dominieren.

Doch warum treten zunehmend Superstars auf die Bühne? Dorn weist darauf hin, dass die Globalisierung der Wirtschaft und der Siegeszug des Internets dazu geführt hätten, dass die Konsumenten die konkurrierenden Angebote besser miteinander vergleichen könnten, und dass auch die Verteilsysteme dadurch effizienter geworden seien. Verschiedene Bezugsquellen für ein bestimmtes Buch seien online gut miteinander vergleichbar. Wer den Artikel konsequent am günstigsten anbiete, könne mehr oder weniger die ganze Nachfrage auf sich ziehen. Der Beste räumt den Grossteil ab. Dorn: «Die Dynamik kommt daher, dass ein grosser Teil der Kunden den Artikel vom Branchenprimus kaufen kann.» Für Konsumenten sei das natürlich gut, aber das Risiko bestehe, dass die Branchenleader bei Erlangung der Marktmacht diese auch ausspielen und beginnen könnten, Monopolrenten zu realisieren.

Auch kleine Firmen haben Stärken

Ist es denn nicht so, dass Platzhirsche automatisch angegriffen werden, wenn einer allzu mächtig wird und monopolmässige Preise verlangt? Dorn weist darauf hin, dass in den USA die Quote der Gründung neuer Firmen schon seit den achtziger Jahren rückläufig sei. Es seien laufend weniger Firmen, die von unten nachstossen würden, bei den Börsengängen sei es ähnlich. Der Grund ist Dorns Ansicht nach nicht klar. Die einen führten dies auf die starke Regulierung zurück, andere eher darauf, dass die Grossen regelmässig kleine Firmen aufkaufen. Google und Facebook hätten sich ja schon viele neue Teile einverleibt.

In der Schweiz sticht die Pharmabranche durch ein enormes Exportwachstum hervor und



Der Beste räumt ab: Jeff Bezos (Amazon), Mark Zuckerberg (Facebook), Bill Gates (Microsoft), Sundar Pichai (Google).

setzt vergleichsweise wenig Arbeitskraft ein. Geht das in Richtung Superstars? Dorn: «Das ist plausibel, Pharma ist ebenfalls eine Branche mit Grössenvorteilen, da die Entwicklung eines neuen Medikaments teuer ist und nur wenige dazu fähig sind. Hinzu kommt der Patentschutz, der vorübergehend Monopolrechte gewährt.» Viele kleine Firmen hofften darauf, bei geschäftlichem Erfolg von Grossen aufgekauft zu werden, weil sie die Investitionen in ein eigenes Vertriebsnetz nicht leisten könnten.

Tatsächlich gewinnen in der Schweizer Exportwirtschaft die Chemie- und Pharmafirmen seit etwa zehn Jahren laufend an Gewicht. Als der Franken nach der Aufhebung der Euro-Kurs-Untergrenze zum Jahresbeginn 2015 schlagartig stärker wurde und den Exporteuren das Leben schwerer machte, wurden die grossen Chemie- und Pharmakonzerne zu regelrechten Stars des Aussenhandels. Ihre Bran-

Die Kleinen sind als Spezialisten für radikale Innovationen für den grossen Sprung gerüstet.

chen waren in jüngster Zeit für etwa 45 Prozent der gesamten Wareneinfuhren aus der Schweiz verantwortlich. Damit geriet die Maschinen- und Elektroindustrie, die vor zwanzig Jahren dominierender Exportzweig gewesen war, in den Schatten und kommt heute noch auf rund 15 Prozent.

Nur super sind die Superstars aber nicht, denn kleine Firmen haben auch ihre Stärken. Martin Wörter, Ökonom bei der Konjunkturforschungsstelle (KOF) der ETH Zürich, lenkt den Fokus auf die Innovationstätigkeit, da gebe es deutliche Unterschiede je nach Firmengrösse: Bei den grossen Unternehmen sehe man vor allem inkrementelle Innovationen, also Verbesserungen in kleinen Schritten, und eher Prozessinnovationen, Verbesserungen von Abläufen, Marketing oder Organisation. «Bei den kleinen Firmen dagegen sieht man eher radikale Innovationen und hauptsächlich Produktinnovationen», sagt er. Klar, auch die Grossen bräuchten neue Produkte hervor und auch Kleine feilten an Details, aber die Arbeitsteilung sei doch deutlich.

KMU müssen sich abheben

«Das hängt auch damit zusammen, dass die Innovation bei vielen kleinen Unternehmen das wichtigste Mittel für einen Markteintritt ist», fügt Wörter an. Um mit den grossen Firmen zu konkurrieren, müsse sich ein KMU wirklich von den andern abheben, mit neuem Produkt und Marktauftritt, nicht über Grössenvorteile. Kleinere hätten schliesslich auch andere Risiken zu tragen, vor allem mit Blick auf die Finanzierung. Forschung und Entwicklung müssten hauptsächlich aus internen Mitteln finanziert werden, weil Aussenstehende dafür kaum Kapital gäben. Da grössere Firmen typischerweise über mehr interne Mittel verfügten als kleinere, bleibe einem KMU eben

nur der Versuch zur radikalen Neuerung – der dann oft existenzentscheidend sei.

Was Wörter dann anfügt, lässt aufhorchen: «Seit Ende der neunziger Jahre sinkt in der Schweiz der Anteil der Firmen, die Forschung und Entwicklung betreiben. Im Jahr 2000 lag die durchschnittliche Quote bei knapp 30 Prozent, jetzt sind wir bei knapp 15 Prozent der Firmen mit mehr als fünf Beschäftigten.» Das liegt nicht an den Grösseren (über 250 Beschäftigte), denn etwa die Hälfte der Grossen hat seit langem die Aufgabenbereiche Forschung und Entwicklung fest eingerichtet, um sich so ihre Marktstellung abzusichern. Hohe Fixkosten mit Labors, Anlagen und qualifiziertem Personal lassen sich umso leichter auf Umsatz oder Ertrag verteilen, je grösser das Unternehmen ist. Laut Wörter gibt es denn auch grundsätzlich einen positiven Zusammenhang zwischen den Forschungs- und Entwicklungsausgaben einer Unternehmung und deren Produktivität.

Es sind die Kleinen, die ihren Charakter im Laufe der Zeit geändert haben. Sie haben sich stärker zu Spezialisten für radikale Innovationen gewandelt, sich für den grossen Sprung gerüstet. Sie schaffen es eher als die Grossen, einen bedeutenden Umsatzanteil mit einem neuen Produkt zu realisieren. Nach Wörters Einschätzung kommt die Radikalität bei der Suche nach Neuem in der Schweiz von den KMU. Auch kleinere Stars haben ihre Auftritte und Sonnenlicht, selbst wenn sie etwas später gekauft werden und dann zum Glanz der Superstars beitragen. ○