

HIGHTECH

Schnell sein, reich werden

Amerika im Ideenrausch. Schulen veranstalten Businesswettbewerbe, Teenager werden Unternehmer, jede Stunde entstehen über hundert neue Firmen. Die Losung heißt: Risiko macht Spaß.



Teenager-Idol Yang: Nirgendwo setzen Junge so unbefangene Ideen um wie in den USA

Das Hauptquartier der Firma Taoti Enterprises sieht nicht gerade aus wie eine seriöse Firmenzentrale. An der Wand des Chefzimmers hängen Poster von der Dave Matthews Band, ein mexikanischer Teppich und ein paar Verkehrsschilder, die der Firmengründer mit Freunden nächtens irgendwo abgeschraubt hat.

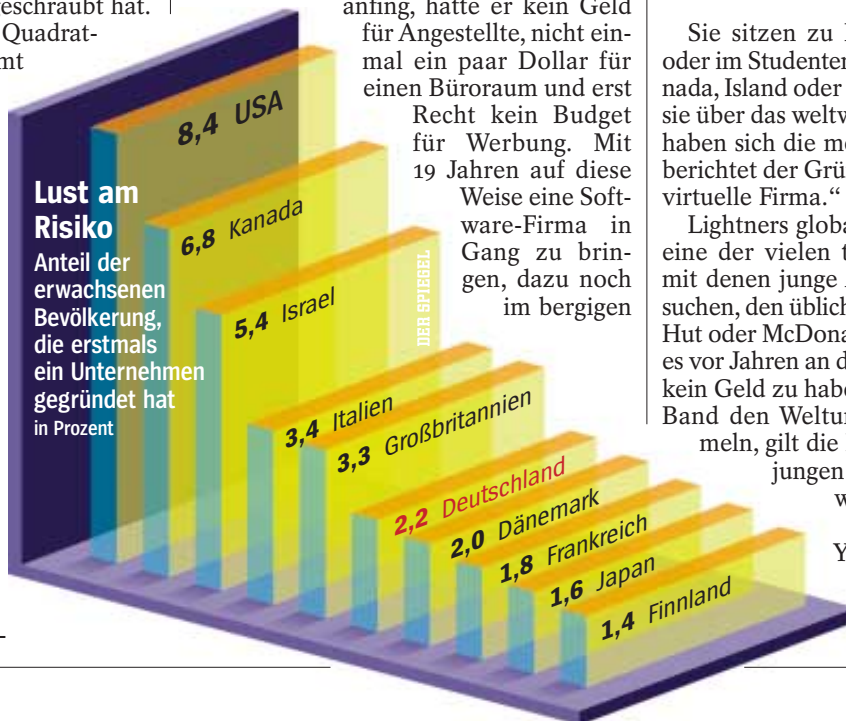
In der einen Ecke der 20 Quadratmeter großen Kammer türmt sich eine Stereoanlage mit zwei hüfthohen Lautsprechern, am anderen Ende steht ein Bett. Auf dem Boden liegen Gitarren herum, daneben ein Keyboard. Auf Arbeit deuten hier nur ein paar Hochleistungscomputer hin, die auf einer zerfurchten Schlachterbank ruhen und leise sirren.

Hier schläft, feiert und schafft der Medizin-Student Brent Lightner, 22. Wenn er sich nicht gerade mit Anatomie beschäftigt oder mit seinen Kumpels ein paar Biere zischt, kümmert er sich ums Geldverdienen. Er entwirft Web-Sei-

ten für die Industrie und entwickelt Software – eine hohe fünfstellige Summe hat er im vergangenen Jahr damit verdient.

Eigentlich dürfte es eine Unternehmung wie Taoti nach den Regeln ordentlicher Betriebswirtschaft gar nicht geben. Als

Lightner vor ein paar Jahren anfang, hatte er kein Geld für Angestellte, nicht einmal ein paar Dollar für einen Büroraum und erst Recht kein Budget für Werbung. Mit 19 Jahren auf diese Weise eine Software-Firma in Gang zu bringen, dazu noch im bergigen



Hinterland von Pennsylvania, schien so verwegen wie die Eröffnung eines Eisstandes in der Arktis.

Der Teenager schaffte es dennoch, ihm half seine Phantasie. Seine Mannschaft suchte er sich übers Internet zusammen, Schüler und Studenten, hungrig nach Geld wie er. Als Lohn versprach er ihnen Prozente vom Gewinn, die Kunden waren zunächst Firmen in der Nachbarschaft. 40 bis 60 Designer gehören heute zum Taoti-Team, der jüngste ist gerade 14 Jahre alt.



Firmengründer Lightner

Sein jüngster Mitarbeiter ist 14

Sie sitzen zu Hause, bei ihren Eltern oder im Studentenheim, in Kalifornien, Kanada, Island oder England. Verbunden sind sie über das weltweite Datennetz, gesehen haben sich die meisten noch nie. „Taoti“, berichtet der Gründer stolz, „ist eben eine virtuelle Firma.“

Lightners globaler Studentenbetrieb ist eine der vielen tausend Geschäftsideen, mit denen junge Amerikaner derzeit versuchen, den üblichen Aushilfsjobs bei Pizza Hut oder McDonald's zu entkommen. Galt es vor Jahren an den High Schools als cool, kein Geld zu haben und mit einer eigenen Band den Weltuntergang herbeizutrommeln, gilt die Bewunderung heute den jungen Hightech-Gründern – je

waghalsiger, umso besser. Ihre Idole heißen Jerry Yang, der 1993 als 24-Jähriger mit einem Kumpel die Suchmaschine Yahoo! entwickelte



Schüler beim Börsentraining: Traumziel ist der Boss in der eigenen Firma

Das World Wide Web vergrößert den Abstand zur alten Welt noch rascher. Nahezu jedes Online-Geschäftskonzept kommt aus den Vereinigten Staaten, oftmals von Studenten oder Jungunternehmern unter 30. Während deutsche Konzerne mit aller Macht versuchen, das Netz in den Griff zu bekommen, nehmen jenseits des Atlantiks neue Firmen den etablierten Konzernen Milliardenengeschäfte ab: Online-Kaufhausketten wie Amazon, Online-Broker wie E-Trade oder Auktionshäuser wie eBay.

Die Kommunikationskonzerne der Zukunft, wie AT&T oder MCI-Worldcom, liegen ebenso in den USA wie die Baumeister der Internet-Infrastruktur, etwa der Computerkonzern Cisco. Auf der größten Messe der Telekomindustrie, der „Telecom 99“ vorvergangene Woche in Genf, gab es unter 400 Rednern einige wenige Deutsche.

Vom Wachstum ohne Arbeitsplätze, wie es der Sozialdemokrat Peter Glotz den Deutschen seit Jahren prophezeit, ist in den USA nichts zu merken. Seit 1980 bauten die 500 größten US-Konzerne fünf Millionen Stellen ab. Doch prosperierende Firmen, Gründer und Servicebetriebe schufen in der gleichen Zeit 34 Millionen neue Jobs – besonders in den vergangenen Jahren, in der Mehrzahl mit überdurchschnittlichem Verdienst.

Jede Stunde entstehen in den USA über 100 neue Firmen, die Angestellte beschäftigen – über 900 000 allein im vergangenen Jahr, selbständige Berater und andere Einzelkämpfer nicht eingerechnet. Jeder Zwölfte versucht derzeit, seinen eigenen Betrieb in Gang zu bringen, in Deutschland ist es nur einer von 45.

Immer mehr junge Amerikaner begeistern sich für den neuen Kapitalismus: schnell sein, Spaß haben, reich werden. Business gehört heute zur amerikanischen Popkultur wie Disney, MTV oder der Rap-Star Puff Daddy.

„Meine Generation glaubt, dass wir fast alles erreichen können, was wir wollen“, sagt Kevin Smith, 29, Autor des Kultfilms „Chasing Amy“: „Die Charaktere in meinem Film sind frei: Keine Moral hält sie zurück.“

Früher als irgendwo sonst in den Industrieländern lernen Kinder, sich mit guten Ideen auf eigene Faust durchs Leben zu schlagen. Wo anderswo der Staat hilft, ist in den USA Kreativität gefragt.

Teenager brüten Geschäftsideen aus, um Geld für die Schulbibliothek zu sammeln oder bessere Schulcomputer zu finanzieren. Pfadfinder veranstalten Unternehmerkurse und Ideenwettbewerbe. Bereits an High Schools wird das Fach

und heute Milliardär ist, oder Justin Frankel, 20, der kürzlich seine Internet-Musikfirma für 100 Millionen Dollar an AOL verkaufte.

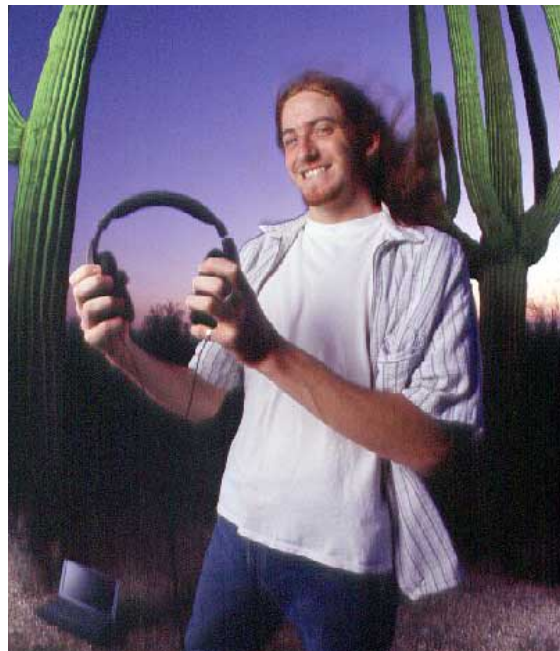
In keinem Land der Welt werden so viele Ideen entwickelt und zu Geld gemacht wie jenseits des Atlantiks. Und nirgendwo fangen Menschen so früh damit an. Über 70 Prozent der Schüler an den amerikanischen High Schools wünschen sich eine Zukunft als Boss in der eigenen Firma – in Deutschland ist der Traum vieler Teenager noch immer eine Beamtenkarriere mit gesichertem Lohn, Urlaub und hoher Pension. Hier sind Leute wie Paulus Neef, 39, der 1991 das Multimedia-Unternehmen Pixelpark gründete und es vergangenen Monat an die Börse brachte, noch immer die Ausnahme.

Bis zu 10 000 Geschäftsvorschläge pro Jahr bekommen Risikofinanzierer im Silicon Valley oder in New York, oftmals noch von Teenagern. Kein Plan scheint zu verwegen: weder die Massenproduktion von blinkenden Badekappen noch ein Tischsalz mit Zuckergeschmack oder ein Schwimmcomputer für die Badewanne – ein Land im Ideenrausch.

Die Bostoner Firma Invention Machine hat sich sogar schon eine Innovationsmaschine patentieren lassen: eine Software, die beim Ausbrüten von Ideen hilft. Und im Internet werden bereits Ideen und Patente in Online-Auktionen versteigert.

Immer mehr Universitäten veranstalten Businesswettbewerbe, Gewinn: ein paar zehntausend Dollar. Die Schulen ziehen nach, das Fernsehen auch.

Nirgendwo setzen junge Leute so unbefangene neue Ideen um, selbst wenn es gegen übermächtige Traditionskonzerne geht. Und viele haben Erfolg: Von den 400 reichsten Amerikanern fingen 251 ganz



Jungmillionär Frankel: Firma gegründet und verkauft

untun an, ohne Erbe, ohne Millionen. Ihre Geschichten lesen sich wie ein Vermächtnis des Ökonomen Joseph Schumpeter und seinem Gesetz von der Notwendigkeit „kreativer Zerstörung“.

Noch vor 15 Jahren dominierten Fabrikanten, Ölbarone und Immobilien-Clans die Liste, war der reichste Amerikaner ein Öl-Erbe namens Gordon Getty. Heute sind die Traditionsnamen fast alle verschwunden, stehen die Gettys, Fords und Rockefeller unter „ferner liefen“.

Von den reichsten 30 haben 17 ihr Vermögen in neuen Industriezweigen gemacht, zumeist in den vergangenen zehn Jahren: mit Kabelfernsehen, Mobiltelefon, Computer oder neuerdings dem Internet.



K. THECKER

Pixelpark-Gründer Neef: In Deutschland sind junge Hightech-Unternehmer selten

„Entrepreneurship“ – Unternehmertum – gelehrt, an den Universitäten gehört es zu den gefragtesten Neuerungen: Über 750 Colleges und Universitäten bieten das Lehrfach an. In Deutschland soll es bis Ende des Jahres gerade mal 20 Lehrstühle geben.

In der Aquina High School im New Yorker Armenbezirk South Bronx lernen Zwölfjährige, wie sie an der Wall Street Geld verdienen können. Zu Beginn des Schuljahres muss jeder Schüler für mindestens einen Dollar einen Anteil am schuleigenen Aktienfonds kaufen. Später entscheiden die jungen Anleger mit Hilfe eines professionellen Brokers, in welche Aktien der Fonds investieren soll. In fünf Jahren vermehrten die Kids den Schulfonds von 500 Dollar auf über 3300 Dollar.

Über 25 000 Schulen spekulierten im vergangenen Jahr bei einem landesweiten Börsenspiel mit, die Teams mussten zehn Wochen lang ein Portfolio von je 100 000 Dollar verwalten. In Oregon veranstalteten Pädagogen Business-Camps für Kinder, mit Seminarartiteln wie „Striking it rich“ – „Auf einen Schlag reich werden“.

Manches, was Kinder dort vorbrachten, klingt nach Größenwahn: Teg Graham, 14 Jahre alt, plante ein globales Satelliten-Adionetzwerk. Harutyun Amiryra, 17, wollte mit Qualitätskartoffelchips den großen Billigproduzenten des Landes Marktanteile abknöpfen. Vorsorglich hört er sich schon mal einen Vortrag zum Thema Importkontrollen an.

Andere hatten es schon weit gebracht. Der 15-jährige Jono Spiro aus Beverly Hills beschäftigte in seiner Software-Firma bereits zehn Leute. Die Verlegerin Jasmin Jordan, 15, arbeitete an der neuesten Ausgabe ihrer Zeitschrift „Tools for Living“, einem Blatt für junge Unternehmer, Auflage 16 000 Exemplare.

Anders als in Europa, wo Neuerungen oft Angst auslösen, hilft den jungen Gründern eine uramerikanische Lust an der Veränderung, Aufbruchsgest und Spaß am Risiko. Und ein anderer Begriff von Misserfolg: Während in Deutschland eine Pleite wie ein Vernichtungsurteil behandelt wird, gilt ein Fehlgriff in den USA eher als eine Auszeichnung. „Wir nennen es nicht Scheitern“, sagt der New Yorker Investmentbanker Seth Goldstein: „Wir sagen: Er ist ein Risiko eingegangen.“

Während deutsche Hightech-Firmen im Schnitt knapp vier Jahre brauchen, um eine Idee auf den Markt zu bringen, schaffen es amerikanische Venture-Kapitalisten, eine Firma innerhalb eines Jahres zu gründen, zu entwickeln und an der Börse zu verkaufen. An der Harvard-Universität waren im letzten Ideen-Wettbewerb bereits die Hälfte der Teams von Risiko-Finanziers gesponsert.

Private Entwicklungsgesellschaften, Brutkästen genannt, scannen pausenlos den Markt nach neuen Ideen. Haben sie ein Erfolg versprechendes Team entdeckt, versorgen sie es mit Kapital, Managern, Büroraum und jeder Menge Geschäftskontakten. Die erfolgreichste Firma dieser Art, das kalifornische „Idealab“, gebar auf diese Weise in den vergangenen drei Jahren 30 Firmen, darunter Börsenstars wie die Internet-Spielzeugfirma Etoys.

Andere Firmen haben sich darauf verlegt, Fach-

personal für junge Firmen bereitzuhalten, wie etwa den Finanzchef oder Marketingspezialisten. Wegen des chronischen Personalmangels in den neuen Industrien arbeiten erfahrene Manager immer häufiger für mehrere neue Betriebe gleichzeitig – die klassischen Firmengrenzen lösen sich auf.

Nicht immer waren die Amerikaner so unternehmungsfreudig. Noch Anfang der achtziger Jahre träumten Studenten zu meist von einer Karriere bei einem prestigeträchtigen Konzern wie der Limonadenfirma Coca-Cola.

Das änderte sich, als sich die US-Konzerne für Globalisierung und Computer-Ökonomie fit machten. Plötzlich waren Massentlassungen alltäglich.

Andererseits erlebten die Kids, wie junge Leute plötzlich teure Autos fahren und immer genug Geld hatten. Fernsehen, Kino und Internet-Redakteure hämmerten ihnen seither Tag für Tag die Botschaft ein: Auch du kannst es schaffen, wenn du nur hart genug kämpfst.

Für die meisten ist ihr Leben längst zu einem Extremsport geworden. 82 Prozent der Jugendlichen bejahten in einer Umfrage den Satz: „Ich schätze den Wettkampf, er macht mich besser.“ Zwei Drittel sagen: „Ich muss alles nehmen, was ich in diesem Leben kriegen kann. Denn niemand schenkt mir etwas.“

Erleichtert wird der Schritt in die Unabhängigkeit durch einen Überfluss an Risiko-Kapital. Allein 3,8 Milliarden Dollar steckten Finanziers zwischen April und Juni dieses Jahres in neue Internet-Ideen, mehr als im gesamten vergangenen Jahr. Immer mehr Entrepreneurere bekommen neuerdings Kapital, ohne überhaupt eine funktionierende Firma vorweisen zu können. „Wir verkaufen Ideen“, sagt ein Venture-Kapitalist in New York.

Schon planen Investmentbanker den nächsten Schritt. Sie wollen junge Unternehmer an die Börse bringen, die sich dort Kapital für ihr nächstes Projekt beschaffen sollen, selbst wenn es noch nicht einmal eine Idee dafür gibt. „Warum sollten wir nicht die besten Business-School-Absolventen aus Harvard und Stanford an die Börse bringen?“, fragt der Internet-Investor Goldstein: „Die werden mit dem Geld schon etwas Gewinnbringendes auf die Beine stellen.“

MATHIAS MÜLLER VON BLUMENCRON

