

Wer Andreas von Bechtolsheim begegnet, vergisst fast, dass er es mit einer echten Legende zu tun hat. Der 61-jährige Unternehmer liebt das Understatement, die Jeans, seine Birkenstock. Aber der gebürtige Deutsche, der seit der Studienzeit im Silicon Valley lebt, muss eigentlich auch niemandem mehr etwas beweisen. „Andy“, wie sie ihn hier nur nennen, machte mit seinen Erfindungen den Internetboom der 90er-Jahre erst möglich. Beim Börsengang seiner ersten Firma Sun Microsystems 1986 war er gerade mal 30 Jahre alt, seither steckte der umtriebige Unternehmer sein Geld in mehr als 20 Technikunternehmen und gründete den inzwischen börsennotierten Netzwerkausrüster Arista. „Forbes“ schätzt von Bechtolsheims Vermögen auf mehr als fünf Milliarden Dollar, einen großen Teil davon verdankt er einem frühen Investment in Google.

Herr von Bechtolsheim, die EU-Kommission hat Google wegen der Bevorzugung seines eigenen Shopping-Dienstes zu einer Rekordstrafe verdonnert. Verrät das Valley inzwischen die Werte, die es selbst predigt?

Die größte Bedrohung für die Innovation ist nicht, was Google oder andere Firmen machen, sondern eher, dass Gesetzgeber diese Innovation verhindern, um den Status quo zu schützen. Google verbessert fortwährend seine Such- und Shopping-Ergebnisse, um dem Kunden die relevantesten Informationen zu liefern. Der Kunde ist komplett frei darin, die E-Commerce-Webseite oder das Vergleichsportale zu nutzen, das er will, um das beste Angebot zu finden.

Aber was, wenn der Kunde die Konkurrenz gar nicht findet, weil Google sie weniger prominent oder gar nicht zeigt, je nachdem, wie viel Anzeigenkunden zahlen?

Der Wettbewerb im E-Commerce ist einer der härtesten der Welt. Wie setzt man sich gegen die Konkurrenz durch? Indem man Kunden ein besseres Erlebnis ermöglicht. Am Ende entscheidet der Nutzer, mit welchem Anbieter er interagieren will.

Theoretisch mag es andere Suchmaschinen geben, tatsächlich aber wickelt Google weltweit mehr als 90 Prozent aller Internetsuchen ab. Sollen die Wettbewerbsbehörden diese Tatsache einfach ignorieren?

Meiner Meinung nach gibt es genug Konkurrenz. Hunderte Webseiten konkurrieren um die Aufmerksamkeit des Kunden, bei der Suche nach Produkten steht Google im Wettbewerb mit Amazon, eBay, Idealo, Facebook und zahlreichen anderen Firmen. Der Fortschritt in der digitalen Welt hängt entscheidend von Innovationen ab und der Erlaubnis, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Google, Apple und Amazon sind die wertvollsten Unternehmen der Welt. Welche neuen Geschäftsmodelle und Start-ups könnten ihnen dennoch gefährlich werden?

Jede dieser Firmen hat einen unglaublichen Festungsgraben um ihr Geschäft errichtet. Ich sehe nicht, wie es möglich sein soll, ein soziales Netzwerk zu bauen, das Facebook ersetzt, oder eine Suchmaschine zu entwickeln, die Google überflüssig macht. Gleiches gilt für Amazon oder Apple.

Der Erfolg im Valley beruht auch auf der Bereitschaft, über viele Jahre hinweg viel Geld in riskante Wachstumsfelder zu investieren. Fehlt deutschen Unternehmen der Mut?

Innovationen sind naturgemäß immer ein Risiko, weil es keine Garantie für ein erfolgreiches Ergebnis gibt. Doch das größere Risiko ist, sich nicht zu erneuern und irrelevant zu werden. In einem extrem umkämpften Markt wie dem Technologiegeschäft kann nur erfolgreich sein, wer sich permanent neu erfindet. Das wird im Silicon Valley besser verstanden als irgendwo sonst auf der Welt.

Andererseits verschlafen selbst amerikanische Unternehmer immer wieder wichtige Trends, wie

Andreas von Bechtolsheim

„Es ist noch nicht zu spät“

Der frühe Google-Investor, Unternehmer und mehrfache Milliardär Andreas von Bechtolsheim verteidigt den Einfluss der Tech-Konzerne aus dem Silicon Valley auf die Weltwirtschaft und gibt Tipps, wie Deutschland aufholen kann.

der frühere Microsoft-Chef Steve Ballmer, der meinte, das iPhone werde sich nie durchsetzen. Ja, das zeigt, dass selbst Leute aus der Technologiebranche diese Umbrüche falsch interpretieren. Es gibt viele Beispiele für Firmen oder ganze Branchen, die noch vor ein paar Jahren sehr gut dastanden und denen es jetzt nicht mehr gutgeht, weil sie eine Änderung oder Innovation im Markt verpasst haben. Der Fortschritt ereignet sich im Silicon Valley einfach schneller, weil hiesige Unternehmen stets beobachten, wer ihnen im Nacken sitzt.

Google verklagt Uber wegen Diebstahls, Facebook kopiert alles, was Snapchat auf den Markt bringt, und Apple wirbt Entwickler von Tesla ab. Wie fair tragen die Tech-Konzerne den Kampf um die Vorherrschaft aus?

Die großen vier Konzerne bekämpfen sich sehr aggressiv, in allen Geschäftsbereichen und bei großen neuen Trends. Apple hat mit dem iPhone angefangen, Google kam mit Android nach, Amazon hat versucht, ein Telefon zu bauen, das ist aber nicht so gut gelaufen. Bei den smarten Lautsprechern besitzt Amazon im Moment einen Vorteil, Google folgt auf Platz zwei, Apple hat den Trend ein bisschen verpasst. Natürliche Spracherkennung ist ein ganz wichtiges Thema, weil es zum Beispiel im Auto die einzige Methode ist, mit einem Computer zu kommunizieren.

Kaum einer verkörperte das Prinzip radikaler Expansion so sehr wie Uber-Gründer Travis Kalanick. Sein radikaler Führungsstil stürzte die Firma in die Krise. Kann ein Geschäftsmodell nachhaltig sein, das vor allem auf Regelbruch basiert?

Selbst wenn Uber in Deutschland keine Rolle spielt, läuft das System der Firma doch weltweit auf Hochtouren. Noch vor zehn Jahren hätten die Leute nicht geglaubt, dass es möglich ist, den weltweiten Taximarkt so anzugreifen wie Uber, mit einem völlig neuen System. Keine Firma, kein Markt ist sicher vor diesen neuen, extrem aggressiven und hochfinanzierten Start-ups. Das ist quantitativ und qualitativ anders als vor zehn Jahren, als Firmen sehr viel langsamer wuchsen.

Software-Entwicklung, Robotik und künstliche Intelligenz müssen in Deutschland höchste Priorität haben.

Denken deutsche Unternehmer zu klein? Gründer haben es schwer, in Deutschland genug Geld aufzutreiben, um ihre Firma von vornherein als globales Unternehmen aufzubauen. Es gibt zwar erfolgreiche deutsche Beispiele wie Delivery Hero mit ihrem erfolgreichen Börsengang - vorausgesetzt, dass sie nicht weiter so viel Geld verbrennen. Aber Uber kann einen solchen Lieferservice schließlich einfach integrieren und tut es bereits. Die Firma kann ihre Plattform für sehr viele weitere Dienstleistungen nutzen, nicht nur für den Taxidienst.

Amazon verkaufte früher nur Bücher und besitzt heute eine Supermarktkette. Steht traditionellen Unternehmen die Idee vom Kerngeschäft im Wege? Ich habe Jeff Bezos vor vielen Jahre gefragt, warum er mit Büchern angefangen hat. Er sagte, Bücher

sind am einfachsten online zu verkaufen, aber im Prinzip wollte er immer alles verkaufen. Da war von Anfang an der Gedanke, beliebig zu expandieren, die Tendenz, sich überall hin auszubreiten. Die Idee treibt alle großen Valley-Konzerne um. Google investiert stark jenseits seines Geschäfts mit der Suchmaschine, Apple baut an den selbstfahrenden Autos, und Facebook möchte alles machen, was Google macht. Amazon lässt jedem Firmenchef die Haare zu Berge stehen, es ist unglaublich schwer, mit Amazon zu konkurrieren. Gut möglich, dass es keiner mehr schafft, nicht einmal Walmart.

Nur wer alles über seine Kunden weiß, kann Produkte bauen, die Menschen wirklich wollen. Ein weiterer Vorteil für die Daten-Experten Google und Co.?
Ja. Am besten kennt Amazon seine Kunden, der Konzern weiß nicht nur, was den Kunden interessiert, sondern auch, was er dann tatsächlich kauft. Amazon hat erstaunlich viele richtige Entscheidungen getroffen. Der Kauf von Whole Foods ist die Chance zu zeigen, wie man einen Lieferservice für Nahrungsmittel in ein profitables Geschäft verwandelt.

Was können deutsche Unternehmen tun, um mehr vom digitalen Wandel zu profitieren?

Deutschland muss in künstliche Intelligenz investieren, da haben amerikanische Firmen gerade einen großen Vorteil. Doch es ist noch nicht zu spät. Alles wird besser mit künstlicher Intelligenz. Das Hauptproblem beim selbstfahrenden Auto ist zum Beispiel die Objekterkennung, dafür braucht es Maschinenintelligenz. Das sind sehr komplizierte Probleme. Es gibt ein Rennen um die beste Software, die in Zukunft im Fahrzeug steckt. Google beschäftigt eine ganze Konzerneinheit mit dem Problem, Apple baut daran, und es gibt noch hundert Start-ups, die sich engagieren.

Wie können sich traditionelle Autohersteller gegen Tesla, Google oder Apple behaupten?
Durch Partnerschaften oder Zukäufe. Deutsche Unternehmen müssen nicht eigene Chips bauen, Chips hat man immer eingekauft. Schwierig wird es beim Kartenservice. Audi, BMW und Daimler haben Nokia Here gekauft, das ist gut, aber Google Maps sind nach wie vor besser. Das Material muss ständig auf dem neuesten Stand gehalten werden, das ist gar nicht so einfach. Google investiert da schätzungsweise mindestens ein paar Hundert Millionen Dollar. Das Problem ist so verzwickt, dass es wahrscheinlich die Fähigkeiten eines typischen Autoherstellers übersteigt. Deshalb erwarte ich, dass Autofabrikanten in diesem Bereich mit Anbietern zusammenarbeiten, seien sie nun aus Europa oder dem Silicon Valley.

Der IT-Boom führt im Valley inzwischen zu absurden Kosten. Entwickler steigen bei Google mit einem Jahresgehalt von 120 000 Dollar ein. Start-ups können damit selten konkurrieren. In Berlin beispielsweise sind die Kosten deutlich niedriger. Müsste Deutschland diesen Standortvorteil besser ausspielen?

Wenn man etwas in Deutschland aufbauen will, braucht man mehr Programmierer und Softwarearchitekten. Da hat Deutschland leider ein Problem, weil die Zahl guter Softwarejobs klein ist. Ein guter deutscher Programmierer geht nach Amerika, weil die Karrierechancen im Silicon Valley einfach besser sind. Das ist ein großer Nachteil für Deutschland.

Wie kann die Politik helfen, Talente zu halten?

Die kritische Masse muss verstehen, dass es ein guter Job ist, ein Softwareingenieur zu werden. Deutschland muss die Lehrpläne überarbeiten, Softwareentwicklung, Robotik und künstliche Intelligenz müssen höchste Priorität haben. Deutschland muss signalisieren, dass es sich bei der Softwareentwicklung nicht länger abhängen lässt.

Herr von Bechtolsheim, vielen Dank für das Gespräch.

Die Fragen stellte **Britta Weddeling**.

Der Fortschritt in der digitalen Welt hängt von Innovationen ab und der Erlaubnis, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.