

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„J. A. Schumpeter und die Ressourcentheorie“

Verfasserin

Cristina Rusnac

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag. rer. soc. oec.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer / Betreuerin:

A 157
Diplomstudium Internationale Betriebswirtschaft
ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Josef Windsperger

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
1. Einleitung	3
2. Joseph Schumpeter – kurze Biographie	4
3. Schumpeters Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung und die „schöpferische Zerstörung“	7
3.1 Grundkonzepte des wirtschaftlichen Kreislaufes	7
3.2 Die Schumpetersche Theorie der Entwicklung	11
3.3 Der Unternehmer(über)gewinn	15
3.4 Ruckartige Entwicklung.....	18
3.5 Schöpferische Zerstörung	19
4. Ressourcentheorie	21
4.1 Penrose und „The Growth of the Firm“	21
4.2 Jay B. Barney	28
4.3 D. Teece und Dynamic Capabilities	34
4.4 S. Winter und “Four Rs of Profitability: Rents, Resources, Routines, and Replications	37
4.5 R. Rumelt – Competitive Advantage im Rahmen der Ressourcentheorie	40
4.6 S. Shane über Entrepreneurship.....	44
5. Ressourcentheorie und Schumpeter	49
5.1 Tangenten der Ressourcentheorie und Schumpeter	49
5.1.1 Unternehmerrolle	51
5.1.2 Gewinnkonzept /Wettbewerbsvorteile	54
5.1.3 Innovation/Technologische Entwicklungen/Creative Destruction	60
6. Zusammenfassung	61
7. Schlussfolgerung	63
Literaturverzeichnis	66
Anhang 1: Abstract	68
Anhang 2: Lebenslauf	69

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: VRIO Framework.....	33
Abbildung 2: Gewinnklassifizierung.	39
Abbildung 3: Richtung des unternehmerischen Prozesses.	45
Abbildung 4: Schumpeter in der Ressourcentheorieentwicklung	50
Abbildung 5: Entwicklungspfad zwischen der Schumpeterschen Theorie und den späteren Ansätzen.....	63

1. Einleitung

Die Wirtschaftswissenschaft hat von Joseph Schumpeter eine immense Inspirationsquelle geerbt. Es gibt eine Menge Literatur mit Bezügen auf Werke, Ideen oder Gedanken von Joseph Schumpeter, aber auch Arbeiten von namhaften Schriftstellern, die das gesamte Lebenswerk der österreichischen Wirtschaftswissenschaftler analysieren und kommentieren. Es ist also viel zu diesem Thema geschrieben worden, was man kaum mit etwas Neuem ergänzen könnte. Das ist aber nicht auch unbedingt Ziel der vorliegenden Arbeit. Man möchte hier die Wichtigkeit der Werke von Joseph Schumpeter, die auf Anfang der 20. Jahrhundert datieren, im Entstehungs- und Entwicklungsprozess der ressourcenorientierten Theorie betonen, deren „Geburtszeit“ erst mit Mitte des 20. Jahrhunderts betrachtet wird.

In dieser Arbeit werden die Verbindungen zwischen Schumpeter und Aspekten der Ressourcentheorie untersucht. Es soll festgestellt werden, ob wirklich Wurzeln der modernen Entrepreneurship Theorie auf die Schumpeterschen Ideen zurückzuführen sind. Es stellt sich die Frage, ob die Definition von Begriffen wie Unternehmer/Unternehmensgewinn seit den Schumpeterschen Zeiten gleich geblieben ist oder aber haben neue Wirtschaftswissenschaftler anderer Meinungen. Das Thema der Wettbewerbsvorteile und ihre Nachhaltigkeit – ist das wirklich ein modernes Thema oder wurde es in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur einfach überliefert?

Die Grundsätze der ressourcenorientierten Theorie finden sich in dem Buch von Schumpeter, das er während seiner Zeiten als Professor an der Universität in Czernowitz geschrieben hat – „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ (1911). Es gibt auch mehrere späteren Auflagen, die vom Autor noch modifiziert worden sind. Die spätere Auflage aus dem Jahr 1934 wurde ins Englische übersetzt und gilt deswegen als die berühmteste. Es ist hier zu bemerken, dass die Übersetzung „The Theory of Economic Development“ nicht wirklich mit der Vorstellung des Autors übereinstimmte. Joseph Schumpeter hat in seinen späteren Werken auf Englisch als Harvard Professor mehr den Terminus „Evolution“ dem Begriff „Development“ vorgezogen. Dieses Buch hat er geschrieben, als Schumpeter sich selbst als radikalen

Wirtschaftswissenschaftler gesehen hat, der keine Kompromisse mit den existierenden und damaligen führenden Wirtschaftstheorien eingehen wollte. Seine späteren Werke, die er in Amerika geschrieben hat, weisen allerdings eine Anpassung auf (Swedberg, 2007; 6. March, S. 4). Das zweite Buch, in dem man direkte Verbindungen zwischen Schumpeters Theorie und der Ressourcen-orientierten Theorie findet, ist „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“. Dieses wird als das berühmteste Buch Schumpeters betrachtet. Es erschien im Jahr 1942 in englischer Sprache und erst 1946 in erster deutscher Übersetzung (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 1). Prinzipiell behandelt dieses Buch sozio-politische Aspekte. Im zweiten Kapitel formuliert Schumpeter aber auch wirtschaftliche Gründe des Niedergangs des Kapitalismus. Das siebte Kapitel befasst sich mit dem Thema der „schöpferischen Zerstörung“.

Um die Spuren der Schumpeterschen Ideen aus den zwei oben erwähnten Büchern zu identifizieren, werden in dieser Arbeit noch Schnitte aus Werken von Autoren wie E. Penrose, J. Barney, D. Teece, S. Winter, S. Shane und R. Rumelt zum Vergleich und zur Analyse gebracht.

2. Joseph Schumpeter – kurze Biographie

Man sollte auch Schumpeters Biographie kennen, um seine Beweggründe zu einer solchen Radikalität der wirtschaftlichen Denkweise zu verstehen. Hier wird versucht die wichtigsten Ereignisse seines Lebens zu erfassen, ohne jedoch genauer auf Einzelheiten einzugehen.

Joseph Schumpeter kommt aus einer ländlichen industriellen Familie, hat aber sehr bald seinen Vater verloren und ist mit seiner Mutter zuerst nach Graz, dann nach Wien umgezogen. Seine Mutter hatte den Ehrgeiz, ihrem Sohn einen Sprung in die höchsten Gesellschaftskreise zu verschaffen. Sie heiratete einen viel älteren General der Monarchie und gewann somit entsprechende finanzielle Mittel wie auch die nötigen Verbindungen. Es wurde von den beiden geheim gehalten, dass sie eigentlich aus einer tschechischen Ortschaft abstammen. Joseph Schumpeter hat das Theresianum Gymnasium in Wien abgeschlossen. Den Universitätsabschluss macht er auch in Wien. Wichtig ist

zu bemerken, dass Wien damals die besten Schulen Europas anzubieten hatte – vergleichbar mit Oxford und Cambridge. Sich in den höheren Gesellschaftsschichten, die ihm nicht gebürtig gegeben worden waren, durchzusetzen, hat einen kämpferischen Wesenszug in seinem Charakter geprägt. Die einzige Waffe auf diesem Weg war sein Intellekt und damit war er von der Natur aus reichlich ausgerüstet. Dies hat sich bald sowohl im Theresianum, wie auch auf der Wiener Universität bemerkbar gemacht (McCraw, 2007, S. 3-145).

Nicht außer Acht lassen darf man die politische und kulturelle Situation in der Österreichisch-ungarischen Monarchie. In Wien waren die verschiedensten Nationen und entsprechende Meinungen, die oft auch widersprüchlich zu einander standen, vertreten. Radikale Änderungen in verschiedensten Bereichen wie Wissenschaft, Technologie, Kunst sind im späteren 19. wie auch im 20. Jahrhunderten eingetreten. Andererseits musste Schumpeter auch die wirtschaftlichen Lücken der Monarchie gespürt haben. Der technologische Fortschritt war wenig in das tägliche Leben der Bevölkerung verankert, die Monarchie Ressourcen wurden unwirtschaftlich eingesetzt (nach Amerika und Russland, hatte die Monarchie durch die Provinzen wie Galizien die größten Öl-Reserven der Welt). Der Kapitalismus und die wirtschaftliche Entwicklung, inspiriert von den größten Firmen der Welt, die aus Amerika kamen, haben Schumpeter immer mehr interessiert (McCraw, 2007, S. 3-145).

Schumpeter hat ursprünglich auf der Universität Rechtswissenschaften studiert. Eine Leidenschaft für Wirtschaft hat sich aber fast parallel entwickelt. Die Wirtschaftswissenschaft steckte noch in den Kinderschuhen. „The Wealth of Nations“ von Adam Smith war gerade ca. 100 Jahre alt. David Ricardos „Die Grundsätze der politischen Ökonomie oder der Staatswirtschaft und der Besteuerung“ ist erst 1820 erschienen. Neben der klassischen Theorie hat die „Marginalism“ Theorie den jungen Schumpeter begeistert. Die ersten mathematischen Einsätze in die ökonomische Theorie von Walras, die Analyse der Preise, Werte, Produktionskosten waren erst am Anfang ihrer Geschichte. Das alles hat als Grundlage für Schumpeters Theorie gedient. Seine Theorie verfügt so über ein breites Spektrum, weil alle diese Gebiete noch unerforscht waren. Schumpeter hat die Grundsteine gesetzt,

worauf die Nachfolger weitergebaut haben, und das in verschiedensten Aspekten. Es ist wie ein Baum mit vielen Ästen gewachsen.

Schumpeter ging auch in die Politik und wurde 1919 Finanzminister Österreichs. Er hielt diese Position aber nicht länger als neun Monate. Er demissionierte „wegen seines Eintretens gegen den Anschluss an Deutschland und seiner Vorschläge zur wirtschaftlichen Gesundung des Staates“ (Erbert K. Seifert, Einführung zu der 8. Auflage des „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ von J. Schumpeter S. 1-14).

Schumpeter blieb nicht immer nur ein Theoretiker. 1921 ist er Miteigentümer und Geschäftsführer einer Bank in Wien (Biedermann Bank) geworden und hat Aktien in verschiedenen Gesellschaften gehalten. Eine Weile haben diese Geschäfte ihm ein Vermögen verschafft. 1924 kam aber die Finanzkrise und er verlor fast alles, außerdem „stand er mit einem Berg Schulden da, den er mit heroischen Anstrengungen in den nächsten 15 Jahren abtrug“ (Erbert K. Seifert, Einführung zu der 8. Auflage des „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ von J. Schumpeter, S.9).

Einen großen Schicksalsschlag hat er 1926 erlitten. In diesem Jahr verlor er seine Mutter und seine geliebte Frau, die bei Geburt eines Sohnes, der auch nicht überlebte, gestorben ist. Es folgte eine große Depression, er verlor jede Beziehung zu Wien.

Während seiner Zeit als Professor in Bonn, wird er von Trust-Gründungen beeindruckt, daher rührt sein Konzept über Monopol und monopolistischen Gewinn. Es kommt auch die Big Depression (1929), die große Phase der wirtschaftlichen Depression. Diese Ereignisse beeinflussen seine Werke.

Schumpeter akzeptiert das Angebot der Harvard University, verlässt bald die Bonner Universität und zieht endgültig nach Amerika um (Erbert K. Seifert, Einführung zu der 8. Auflage des „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ von J. Schumpeter, S.11). Harvard Professor bleibt er für das ganze restliche Leben und hat unter seinen Studenten viele bekannte Forscher und sogar Nobelpreisträger hervorgebracht. Hier schreibt er auch seine weiteren berühmten Bücher „Business Cycles“, „Capitalism, Socialism and Democracy“ und „History of Economic Analysis“ (McCraw, 2007, S. 145-247).

3. Schumpeters Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung und die „schöpferische Zerstörung“

3.1 Grundkonzepte des wirtschaftlichen Kreislaufes

„Wirtschaftliche Entwicklung. Ihre Erklärung ist hier unser Ziel“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 2) –so Schumpeter im ersten Kapitel seines berühmten Buches. Danach folgt eine breite, damals sehr innovative Theorie, die noch bis zum heutigen Tag viele Wirtschaftswissenschaftler auf der ganzen Welt beschäftigt, als noch ein Argument der Genialität dieses Werkes. Schumpeter beginnt seine Erklärung sehr einfach und von der Basis an. Das erste Kapitel ist völlig den Basisbegriffen und grundsätzlichen Wirtschaftskenntnisse gewidmet. Hier wird ein breites Spektrum der verschiedensten Aspekte betrachtet, beginnend mit Anbot und Nachfrage bis hin zu Preissystemen. Dieses Kapitel ist ein elementares Lehrbuch.

Schumpeter definiert die Volkswirtschaft als „solche, in der Privateigentum, Arbeitsleistung und freie Konkurrenz herrscht“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 4).Darauffolgend analysiert er, wie das Produktionssystem in einer konstanten Wirtschaft funktionieren würde und warum genau das unrealistisch ist. Die obligatorischen Elemente dieses Systems sind bereits in Bezug auf ihre Unmöglichkeit selbsterklärend:

- Die Zeit ist in wirtschaftlichen Perioden exakt und für alle Bereiche gleich aufgeteilt.
- Jeder lebt von den in der Vorperiode produzierten Mitteln.
- Alle Käufer sind gleichzeitig auch Verkäufer (alles was produziert wird, wird auch konsumiert).
- Angebot ist der Nachfrage gleich.
- Die Wirtschaftssubjekte bevorzugen das Althergebrachte und passen sich nur begrenzt und nur notwendigerweise an das Neue an.

Die nächste Frage, die man sich logischerweise stellt, ist: Wie bewertet man die produzierten Güter? Nach eigenen Bedürfnissen und Bedürfnisintensität des Wirtschaftssubjektes plus nach der vorhandenen Menge

eines bestimmten Produktes. Aus dem Grund, dass diese Kenntnisse des Gesamtmarktes kaum zu gewinnen sind, werden die Mengen in Teilmengen dividiert und der Wert der letzten Teilmengen ist dann entscheidend. Hier fügt Schumpeter die damals neu erschienen Begriffe des Marginalisms wie Grenzmenge und Grenznutzen ein, die im Gleichgewicht zu Null tendieren und somit wird kein Wertüberschuß erzielt werden.

Die Zusammenhänge zwischen allen Gütern, vor allem durch ihre Verwandtschaft formen ein Wertsystem aus. Die Güter allgemein bringt Schumpeter in eine Ordnung: Güter höherer Ordnung sind die, die unmittelbar von der Natur gegeben sind. Aus den Kombinationen mehrerer Gütern entstehen neue Gütern zweiter und weiterer Ordnungen. „Je höher hinauf wir in die Ordnungen der Güterordnungen blicken, umso mehr verlieren wir sie an Spezialisierung, an Wirksamkeit für einen bestimmten Zweck und umso breiter wird dafür ihre Verwendungsmöglichkeit, umso allgemeiner ihre Bedeutung [...]“. Die Produktionsverwandtschaft der Güter [steigt] mit ihrer Ordnung“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 20).

Ein Produzent würde nur das herstellen, was auf dem Markt nachgefragt wird. „Der eigentliche Leiter ist der Konsument [...] Die einzelnen Wirtschaftssubjekte haben einen Einfluss nur insofern, als sie eine Nachfrage entfalten“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 26). In diesem Moment fängt das ganze „statische Equilibrium „der alten Theorien in Schumpeters Augen zu wackeln, denn wie sieht es mit der technischen Entwicklung aus (der Käufer kennt die eventuell neuen Produkte zum Beispiel noch nicht)? Ein Dilemma zwischen dem technischen und dem kaufmännischen Leiter wird von Schumpeter beispielhaft eingefügt. Der Ingenieur weiß, es wie man schneller oder besser produzieren kann, der Kaufmann hält es womöglich für unwirtschaftlich. „Wir sehen es tatsächlich, dass im praktischen Leben das reine technische Moment hinter das Wirtschaftliche zurücktreten muss, wo es mit ihm kollidiert“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 15) , erklärt Schumpeter vor genau 100 Jahren. In der damaligen Realität des Imperiums, in dem er lebte: „[Francis Joseph] had little interest in economic advances. He wanted nothing to do with telephones, trains, typewriters, automobiles, and electronic lights“ (McCraw, 2007, S. 31). „Die wirtschaftliche Logik siegt über die technische. Und wir sehen

deshalb in der Wirklichkeit, um uns schadhafte Stricke statt der Stahlbänder, fehlervolle Arbeitstiere statt der Typen der Ausstellungen, primitivste Handarbeit statt vollkommenster Maschinen, plumpe Geldwirtschaft statt des Scheckverkehrs und so weiter“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 17). Wir sehen, es hat sich in der Zwischenzeit nichts geändert, es kann auch nicht, solange eine Marktwirtschaft herrscht und die meisten der Neuerfindungen nicht vom Staat gefördert werden oder sich ein erfolgreicher Unternehmer, im Schumpeterschen Sinne (sich dafür richtig einsetzt).

Eine andere wichtige Definition benennt, was Produktion ist: „ Eine Kombination der produktiven Kräfte“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 18) schreibt Schumpeter. Weiter wird bis ins Detail erfasst, was „produktive Kräfte“ bedeutet. Sie werden in die materiellen und immateriellen Objekte aufgeteilt. Die „Arbeit“ wird explizit den Produktionsmitteln zugerechnet. Die Arbeit wird in zwei Kategorien untergebracht und zwar die selbstständige „wenn [...] ein selbstständiges Wirtschaftssubjekt auf eigene Rechnung produziert [...] Die leitende Arbeit nämlich hat etwas Schöpferisches, sie setzt sich ihre Ziele, sie erfüllt eine besondere Funktion“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 24). Und wieder wird die Gültigkeit des „statischen Equilibrium“ in Frage gestellt, denn in einer unveränderbaren Umwelt braucht man keine großartige Führung, es läuft alles sowieso bereits wie ein Mechanismus. Hiererhalten wir bereits im ersten Kapitel einen Hinweis auf das zentrale Thema in diesem Werk und zwar das Thema des Unternehmers und der Wertschöpfungsressource.

Was resultiert eigentlich daraus, wenn alle oben beschriebenen Elemente vorhanden sind? Wenn jeder von den in der Vorperiode produzierten Mitteln lebt? Wenn alle Käufer gleichzeitig auch Verkäufer sind und alles was produziert wird, auch konsumiert wird? Wenn Angebot der Nachfrage gleich ist? Wenn die Wirtschaftssubjekte das Althergebrachte bevorzugen und sich nur begrenzt und nur notwendigerweise an das Neue anpassen? Wenn die Kosten gleich den Grenznutzen gestellt sind? Es kommt zu dem Gleichgewicht. In diesem Zustand zeigt es sich, „dass soweit kein Produkt einen Wertüberschuss über den Wert der darin enthaltenen Arbeits- und Bodenleistungen darbieten kann [...] [und] [...] in der Verkehrswirtschaft [...]müssten daher die Preise aller Produkte bei freier Konkurrenz den Preisen der ihnen enthaltenen Arbeits- und

Naturleistungen gleich sein“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 37). Das würde auch implizieren, dass die Unternehmer nur aus Leidenschaft agieren und gar keinen Gewinn erzielen können. Das ist ein Paradoxon. Woran liegt es, dass Wertzuwachs bei dem Unternehmer in der Wirklichkeit trotzdem im Normalfall überbleibt? Schumpeter versucht die Theorie von Böhm-Bawerk (weiter zu-) entwickeln. Zwei Umstände gäbe es bei Böhm-Bawerk, die eine Gewinnerzielung zulassen. Der erste sind solche Quellen wie Irrtum, Unglücksfälle etc. Der zweite ist der Zeitablauf, „[...] weil man gegenwärtige Güter höher schätzt als künftige“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 43). Schumpeter entkräftet dies teilweise. Er erkennt im ersten Umstand zwei Momente, und zwar das selbstverständliche unternehmerische Risiko mit der daraus resultierende Risikoprämie, die nur zum Gewinn einer Versicherungsgesellschaft führen kann und gar nicht des Unternehmers selbst, der sich mit zusätzlichen Kosten gegen solche Risiken sich normalerweise absichern würde (Maßregeln wie Versicherungspolizze, Dammbau, Sicherungen an Maschinen etc.). Die zweite und „die reichste Quelle jener Gewinn und Verluste [...] sind spontane Veränderungen in den Daten, mit denen Wirtschaftssubjekte zu rechnen gewohnt sind, [...] so ergibt sich] eine Menge positive oder negative Diskrepanzen zwischen Kosten und Erlös in der Volkswirtschaft“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 42).

Schumpeter analysiert das Tauschprinzip als Übergang von der Einzelwirtschaft, in der nur für Eigenkonsumation produziert wird, zur Volkswirtschaft. Das führt zur Spezialisierung und „[...]es wird mehr für Absatz und nicht für Eigenkonsumation produziert werden“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 53). Hier möchte Schumpeter eigentlich zeigen, wie die Bewertungsgrundlage der Güter, die getauscht werden sollen, ab dem Tauschzeitpunkt sich ändert. Für den Produzenten ist nicht mehr der Wert des Eigennutzens wichtig, sondern der Wert des Käufernutzens und daran orientiert er sich. Schumpeter möchte auf „[...] der Tatsache [hinaus], dass ein jeder Kaufmann, ein jeder Produzent, immer auf Grund einer bestimmten gewohnten Sachlage handelt und lediglich jene Veränderungen in seinem Verhalten vornimmt, zu denen ihn die Verhältnisse drängen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 53).

Nun ist für die Wertbemessung (bzw. Preisbemessung) nur der Nutzwert nicht ausreichend, denn es ist für alle Marktteilnehmer verschieden, abhängig von Geschmacksrichtung, ökonomische Situation etc. Ein gemeinsamer Nenner wird für die Güter gesucht und das wird in Form von „Gold“ als „Geldgut“ gefunden. Das Geld selbst hat keinen Tauschwert. Das Geld verschafft einem Wirtschaftssubjekt Kaufkraft. Unter Schumpeters „Kaufkraft“ versteht man „[...] nicht die Fähigkeit zu kaufen, sondern konkreter das, womit man kaufen und womit man nichts anderes tun kann als das“. In einem statischen, immer gleichbleibenden Wirtschaftssystem, wird immer die gleiche Kaufkraft geben. „Kontinuität und Konstanz nicht bloß der Vorgänge, sondern auch der Werte“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 71). Die Werte der Güter darf man aber nicht voneinander unabhängig betrachten. Es bestehen wirtschaftliche Beziehungen, die die Volkswirtschaft ausmachen. „[...] so gibt es doch ein soziales Wertsystem, ein soziales System von individuellen Werten“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 73). Dieses Wertsystem drückt sich in einem Preissystem aus. „Freilich drücken die Preise nicht etwa eine Art sozialer Wertschätzung eines Gutes aus. Sie sind ja überhaupt nicht der unmittelbare Ausdruck eines bestimmten Wertes, sondern nur die Resultate von Vorgängen, die unter dem Drucke vieler individueller Wertungen arbeiten“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 73).

3.2 Die Schumpetersche Theorie der Entwicklung

Im zweiten Kapitel des Buches, der für die gegenwärtige Arbeit auch am wichtigsten ist, beschäftigt sich Schumpeter mit der Erklärung des Entwicklungsprozesses (auch darunter die wirtschaftliche Entwicklung), wie dieses am exaktesten zu definieren ist und wer/was dazu beiträgt. Er kritisiert, dass die Entwicklungsprozesse in keiner der wirtschaftlichen Theorien zuvor berücksichtigt worden sind und sieht daran eine immense Lücke.

Die wirtschaftliche Entwicklung ist einfach ein unabhängiger Teil der Universalgeschichte, denn „[...] Arbeitsteilung, Entstehen von Privateigentum

und Rechtsicherheit“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 91) haben einen großen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung.

Schumpeter kommt wieder zu seiner Unzufriedenheit mit dem statischen Equilibrium, wie im ersten Kapitel beschrieben. Er fragt sich, was passiert mit dem Equilibrium, wenn „nicht kontinuierliche“ ¹ Änderungen in der Wirtschaftsebenen auftreten, „wie z.B. die Veränderung zwischen Postkutschen und Eisenbahn“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 94). Schumpeter differenziert zwischen exogenen und endogenen Einflussfaktoren auf die wirtschaftliche Entwicklung. Die wirkliche Entwicklung ist die, „[...]die Wirtschaft selbst heraus zeugt, nur eventuelle Veränderungen der „sich selbst überlassenen“, nicht von äußerem Anstoße getriebenen Volkswirtschaft“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 95). Sonstige Veränderungen von außen führen zu einer bloßen Anpassung und sind keine wirtschaftliche Entwicklung. Solche exogene Faktoren wären z. B. Bevölkerungszunahme, die zu keine qualitativ neuen Erscheinungen führt. Metaphorisch vergleicht Schumpeter die Entwicklung in seinem Sinn mit der Gravitationszentrumwechsel (Dynamik) und die bloße Anpassung mit dem Gleichgewichtszentrumswechsel (Statik). Die Änderungen müssen also wirklich von größerer Bedeutung und größerem Maßstab sein, er hält es auch nur in der „Sphäre des industriellen und kommerziellen Lebens“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 99) für möglich.

„Wie vollziehen sich solche Veränderungen, und welche wirtschaftlichen Erscheinungen lösen sie aus?“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 94) Schumpeter geht von einfachen Tatsachen aus: wenn Produzieren gleich dem Kombinieren der produktiven Kräften gestellt wird, dann kann die Veränderung nichts anderes sein, als diese produktiven Kräfte anders zu kombinieren. Entsprechend formuliert Schumpeter die Definition der Entwicklung „Durchsetzung neuer Kombinationen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 100). Mit einer Liste der Entwicklungsfälle beschreibt Schumpeter genau, wann eine Entwicklung in seinem Sinne vorkommt. Die Liste mag banal ausschauen, aber keiner ist damals zu solchen, heutzutage in unseren Augen selbstverständlichen Aussagen, gelangt:

¹ Schumpeter findet, dass kleine Änderungen, die kontinuierlich und in kleinen Schritten auftreten, für das statische Equilibrium verträglich sind, es wäre eine einfache Anpassung.

- „Herstellung eines neuen [...] Gutes oder einer neuen Qualität eines Gutes“
- „Einführung einer neuen [...] Produktionsmethode [...]“
- „Erschließung eines neuen Absatzmarktes“ für eine gewisse Industrie
- „Eroberung einer neuen Bezugsquelle von Rohstoffe [...]“
- „Durchführung einer Neuorganisation, wie Schaffung einer Monopolstellung [...]oder Durchbrechen eines Monopols“

(Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 100).

Schumpeter setzt sich noch mit der Frage der Finanzierung für die Durchsetzung dieser neuen Kombinationen auseinander. Hier bringt er den Bankier ins Spiel. Kreditfinanzierung spielt eine entscheidende Rolle. „Das kapitalistische Kreditsystem ist tatsächlich aus und an der Finanzierung neuer Kombinationen erwachsen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 106). Mittel zur Durchsetzung neuer Kombinationen kann entweder „Befehlsgewalt oder Kredit“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 110) sein.

„Unternehmung nennen wir die Durchsetzung neuer Kombinationen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 111). Schumpeter verwendet die gleiche Definition für zwei Begriffe: Entwicklung und Unternehmung. Er beschreibt eigentlich im restlichen Teil des zweiten Kapitels die Bedeutung der Unternehmung und des Unternehmers für den ganzen Entwicklungsprozess, das ist seine Grund-Ressource für die wirtschaftliche Evolution. Und das ist die wichtigste Idee, die er uns mit diesem Buch vermittelt. Er widmet viele Seiten dem Begriff „Unternehmer“. In der Literatur ist der Begriff „Unternehmer im Sinne von Schumpeter“ keine Seltenheit. Es werden von diesem „Unternehmer“ bestimmte Eigenschaften verlangt. Er ist wirklich ein sehr spezieller, seltener Typ. In der ersten Auflage der Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung verwendet er sogar noch der Begriff „Mann der Tat“ (Swedberg, 2007; 6.March, S. 12). In den späteren Auflagen verwendet er diesen Begriff nicht mehr und bleibt nur beim „Unternehmer“. Unternehmer ist also jemand, der eine Entwicklung verursachen kann und die Entwicklung ist die Gravitationszentrumsänderung, Veränderung der Bahn eines Kreislaufes. „Während es mit dem Strom schwimmt im allseits wohlbekannten Kreislauf, schwimmt es gegen den Strom, wenn es dessen Bahn verändern will“

(Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 118). So etwas kann nicht jedem gelingen. Dieses Subjekt muss ein bestimmtes Talent besitzen, um Dinge vom Grund aus ändern zu können. Ein Vorstand, Aktienhalter oder Verwalter ist nicht gleich Unternehmer, wenn er sich um die Steuerung des Normalablaufes des Geschäftes kümmert. Schumpeter verwendet reichhaltige stilistische Instrumente um diese Unterschiede ausreichend zu betonen, „[...] Nach ihm handeln und nach gewohnten handeln sind so verschiedene Dinge wie einen Weg bauen und einen Weg gehen: das Bauen eines Weges ist so wenig ein bloßes gesteigertes Gehen, als das Durchsetzen neuer Kombinationen ein bloß graduell vom Wiederholen der gewohnten verschiedener Prozess ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 125). Der Unternehmer wird auch Sachen sehen, die andere nicht erkennen können. Sachen, die in der Zukunft sich bewähren würden, „auch wenn sie im Momente nicht zu begründen [sind] [...]“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 125). Die fehlenden Daten, Erfahrungen, Kenntnisse für die neuen Kombinationen macht es dem Unternehmer schwierig, aber er ist bereit bestimmte Risiken einzugehen. Eine zweite Schwierigkeit sieht Schumpeter in einem psychologischen Moment: „Immer wieder lenkt der Gedanke in die gewohnte Bahn ein, auch wenn sie unzweckmäßig geworden ist und das zweckmäßige Neu an sich durchaus keine besonderen Schwierigkeiten bietet“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 126). Dem Neuen wird immer mit einem Gegendruck begegnet und darin sieht Schumpeter den dritten kritischen Punkt. „Rechtliche und politische Hindernisse [...] Aber auch abgesehen davon wird jedes abweichende Verhalten eines Gliedes der sozialen Gemeinschaft missbilligt [...]“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 126).

Die Führereigenschaft ist für den Unternehmer auch wichtig, um die neuen Kombinationen durchsetzen zu können. Die „ausgeübte Wirkung auf andere“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 128) ist entscheidend, um die eigenen Leute mitziehen zu können.

Es wird immer über die neuen Kombinationen geredet. Man könnte dann falscherweise dem Unternehmer auch Erfindungseigenschaften zuschreiben. Schumpeter macht uns darauf aufmerksam, „die Funktion des Erfinders oder überhaupt Technikers und die des Unternehmers fallen nicht zusammen. Der

Unternehmer kann auch Erfinder sein und umgekehrt, aber grundsätzlich nur zufälligerweise“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 129).

Eine sozio-psychologische Beschreibung des Typs folgt bis ins kleinste Detail. „Er ist typisch [...] Emporkömmling und traditionslos, daher oft unsicher, anpassend, ängstlich – alles andere als ein Führer – außerhalb seines Bureaus. Er ist der Revolutionär der Wirtschaft und der unfreiwillige Pionier sozialer und politischer Revolution – und seine eigene Genossen verleugnen ihn, wenn sie um einen Schritt weiter sind, so dass er mitunter im Kreis etablierter Industrieller nicht rezipiert ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 130). Gleichzeitig ein rücksichtsloser Egoist, der alle Bindungen und das System „der überindividuellen Werte sowohl der Schicht, aus der er kommt, als auch der Schicht, in der er steigt“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 131), bricht.

Der Unternehmer im Schumpeterschen Sinn lebt meistens luxuriös, aber nicht weil er danach gestrebt hat. Er erwirbt nicht, um gut zu leben, er hat ganz andere Motivationen. „Wenig kümmert er sich um hedonische Früchte seiner Taten. Er schafft rastlos, wie er nicht anders kann, er lebt nicht dazu, um sich die Erworbenen genießend zu erfreuen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 137). Er möchte sich ein privates Reich gründen oder einfach den Siegergefühl erleben und Freude am Gestalten haben.

Den sozialen Aspekt betrachtet Schumpeter wie folgt: „Die Erfüllung der Unternehmerfunktion schafft klassenmäßige Positionen für den erfolgreichen Unternehmer und die Seinen, sie kann auch einer Zeit ihren Stempel aufdrücken, Lebensstil, moralisches und ästhetisches Wertsystem formen, aber sie bedeutet an sich ebenso wenig eine Klassenposition, als sie eine voraussetzt“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 139).

3.3 Der Unternehmer(über)gewinn

Schumpeter beginnt mit einer allgemeinen einfachen Definition: „Der Unternehmerübergewinn ist ein Kostenüberschuss“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 207). Es ist nichts Überraschendes dabei, bis auf die Verknüpfung mit dem statischen Äquilibrium. In einem statischen Äquilibrium

sind die Erlöse den Kosten gleich und dem Unternehmer bleibt eigentlich kein Gewinn mehr, wie oben bereits dargestellt. Es ist dabei noch zu bemerken „dass, ein angemessener Lohn für eigentliche Arbeitsleistungen des Unternehmers, sowie eine angemessene Grundrente für etwa ihm gehörigen Boden, endlich eine Risikoprämie dazuzurechnen ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 207). Das sieht Schumpeter als komplett unrealistisch an und findet in seiner Recherche den Übergewinn. Dieser Übergewinn dankt seine Abstammung dem unternehmerischen Geschick und seinem Talent, neue Kombinationen in der Produktion durchzusetzen. Diese neuen Kombinationen bringen dem Unternehmer einen höheren Gesamterlös als ein Erlös einer normalen statischen Wirtschaft. Dieser kann natürlich Schumpeters Wirtschaftsschema nicht von langer Dauer sein. So gefällt die innovative Idee immer mehr Produzenten, die versuchen die Idee der neuen Kombination nachzuahmen und zu kopieren. Vor allem, die Anfängerproblematiken sind von dem Pionier(Entrepreneur)gelöst und überwunden, die Erleichterung der Produktions-, bzw. Vermarktungsstandardisierung ist eingetreten, so dass die Preise runtergedruckt sind und der Gesamterlös kommt zu seiner statischen Position der Gleichung mit dem Kosten, wie oben definiert. „Folglich verschwindet der Überschuss unsers Wirtschaftssubjekts und seiner ersten Nachfolger“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 211).

In weiterer Folge begibt sich Schumpeter zur Beschreibung der Wege zu solchen kommerziellen Kombinationen, die einem Unternehmer seinen Unternehmergewinn bringen würde.

Die Wahl einer „neuen billigeren Bezugsquelle“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 213) mit anderen Worten, neuen Rohstoffe, die vorher nicht verwendet worden sind und die zur geringen Produktionskosten führen, während die Verkaufspreise für einen Zeitraum weiterhin bestehen bleiben, ermöglicht einen solchen Unternehmergewinn. Das nennt Schumpeter „der Fall neuer Verkehrswege“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 213). Darunter fallen auch die Erzeugung der Substitutionsgüter – „Ersetzung eines [...] Gutes [...] durch ein andres [...] Gut, der dasselbe oder annähernd dasselbe leistet, aber billiger ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 214). In seiner Zeit hat

Schumpeter die Verwendung der Baumwolle anstatt Schurwolle als Beispiel genannt.

Eine Produktausbesserung ist der zweite Weg. Für eine bessere Qualität, kann der Produzent einen höheren Preis verlangen. Dieser Preis wird eine Weile die Kosten der Produktionsfaktoren übersteigen und somit einen temporären Unternehmervorgewinn verschaffen. Temporär deshalb, weil die Produktionskosten bald steigen werden und sich an die Preise der neuhergestellten Güter anpassen.

Eine noch stärkere Ausprägung wird durch die Kombination der beiden Wege erreicht. „Eine Kombination des Falles besserer Bedürfnisbefriedigung mit dem Falle billigerer Kosten der Produkteinheit unter Auftreten einer besonders starken Nachfragevermehrung bieten die Fälle von Eisenbahn- und Kanalbau“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 215).

Auf einem neuen Markt die Produkte anbieten ist eine weitere eventuelle Quelle des Übergewinnes. Schumpeter charakterisiert diese als „früher eine sehr dauerbare“.

Ein vollkommen neues Gut herzustellen ist vergleichbar mit dem vollkommen neuen Markt Übergewinnquelle.

So kommt ein innovativer Unternehmer immer auf neue Kombinationen und es entstehen in diesem Sinne immer neue Unternehmungen. Schumpeter meint hiermit sowohl neue Tätigkeitsäste der gleichen Unternehmer sowie auch neue Personen (Entrepreneurs), die mit neuen Kombinationen auftreten. Es ist hier nicht gemeint, dass neue Organisationen entstehen müssen, sondern vielleicht auch eine Art neuer Betriebe. Schumpeter betont auch, „zunächst ist das gar nicht die Regel: Die neuen Unternehmungen werden meist von neuen Männern gegründet und die alten Betriebe sinken zur Bedeutungslosigkeit herab“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 216). Beide Varianten sind absolut denkbar. Aber auch wenn ein bestehender Produzent zu einem Unternehmer im Sinne von Schumpeter wird (neuen Kombination durchsetzt) und das neben der alten Tätigkeit/Produktion schafft, dann: „[...] tritt sowohl das Moment der neuen Nachfrage nach Produktionsmitteln als auch des neuen Angebots an Produkten zurück“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 216). Es ist aber nicht

unbedingt der Fall, dass „das Neue nichtdirekt aus dem Alten hervorzugehen braucht“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 216). Ist das der Ursprung der Gedanken Schumpeters in Richtung seiner „schöpferischen Zerstörung“? Es ist äußerst wichtig, diesen Moment aus dem Buch „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ vom 2011 als Grundstein für diesen Begriff zu nehmen, sonst könnte man die so oft zitierte Schumpeters „schöpferische Zerstörung“ missinterpretieren. Schumpeter hat damit gemeint, dass das Entwicklungspotential der Wirtschaft und Produktion und vielleicht die Entwicklung insgesamt, zweigleisig fährt und zwar:

1) die Erweiterung der Produktionspalette (horizontal), in dem die alte Produkten bestehen und nötig bleiben,

2) wie auch die Verbesserung und Anpassung an die neuen Bedürfnisse, wobei die alten Produkte nicht mehr gebrauchtwerden.

Zum Thema Übergewinn des Unternehmers findet Schumpeter noch die Erwähnung der Risikotragung wichtig. Der Unternehmer ist nicht der, der das wirtschaftliche Risiko trägt. Der Risikoträger ist eher der Investor des „Projektes“, wie zum Beispiel der Banker. Nur in dem Fall das der Unternehmer die neuen Kombinationen aus eigenen Mitteln finanziert bekommt er auch die Rolle des Risikoträgers.

3.4Ruckartige Entwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung zeichnet sich nicht auf eine steile Linie nach oben Schumpeter möchte auch den Zyklus der Konjunkturerklären. Das macht er im sechsten Kapitel des Buches „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Es ist keine Überraschung, dass seine Interpretation wieder zu seinem beliebtesten Thema führt – dem Thema der neuen Kombinationen. Der neuen Kombination ist die Entwicklung überhaupt zu danken. Logischerweise ist Entwicklung in seiner Theorie gleich neue Kombination. Die Frage ist nur: Wieso kommen mehrere neue Kombinationen plötzlich auf einmal in Durchsetzung (Aufschwungsphase) und dann ruht die Welt wieder eine Weile

(Depressionsphase)? „[...] weil das Auftreten eines oder einiger Unternehmer das Auftreten anderer und dieses das Auftreten weiterer und immer zahlreicherer erleichtert und eben dadurch bewirkt.“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 339)

Mit Hilfe der folgenden Grundelemente ist bei Schumpeter dieses Phänomen zu erklären:

1. Entrepreneurs gibt es selten, „nur wenige Leute haben diese Führereignungen [...] [und] in dieser Richtung Erfolg haben.“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 339). Wenn einer sich aber durchgesetzt hat, kommt eine große Welle der Nachahmer, die den gleichen Übergewinn erzielen möchten. So entsteht in kurzer Zeit ein Aufschwung.
2. Eine Neuerung in einer Branche zieht mit sich einen Aufschwung auch in den anderen Branchen nach sich. So „wird die Volkswirtschaft schneller und vollständiger in der Reorganisationsprozess gezogen, der den Sinn der Aufschwungsperiode ausmacht“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 341).
3. Bekanntlich kommt ein Aufschwung nach der Depression. Diese Aufschwünge sind Ergebnisse auch der „fortschreitenden Vertrustung des Wirtschaftslebens“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 342), wenn Konzerne sich in gegenseitigen Aufträgen verflechten.
4. Das Auftreten neuer Kaufkraft, steigende Kapitaleinlagen, Rückgang der Arbeitslosigkeit wie steigende Löhne motivieren das Entstehen von Innovationen.

Der Aufschwung ist somit die Störung des Gleichgewichtszustandes.

3.5 Schöpferische Zerstörung

Das Buch „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ erschien 1942 „zuerst in englischer Sprache und dann nach dem Krieg 1946 auch in der von Edgar Salin besorgten ersten deutschen Übersetzung“ (Editorischer Hinweis zu (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 1) .Es ist ein sehr berühmtes Buch

geworden; die behandelten Themen sind eher politisch. Schumpeter versucht zu erklären, wie der Kapitalismus funktioniert und warum er einmal ein Ende haben soll, so wie auch die alten Systeme, z. B. der Feudalismus. Er überzeugt mit seiner Argumentation, dass Kapitalismus den Wohlstand der Arbeiter in großen Maßstäben erhöht hat, der „Lebensstandard der Massen [...] weiter fortgeschritten ist“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 135), und die Qualität der Güter sich verbessert hat. Und das alles passierte während der Zeiten der „Vorherrschaft der Großkonzerne“. Schumpeter überlegt, „dass die Großunternehmung vielleicht mehr mit der Erhöhung als mit der Niedrighaltung dieses Lebensstandards zu tun gehabt hat“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 135). Aber durch das Wachstum verlieren die Unternehmen den Bezug auf den Eigentümer und durch die ständige Erhöhung der Eigentümeranzahl der großen Konzerne (über die Börse) und Anstellung durch den Eigentümern fremden Managern geht das System in einer Form über, wo soziale Maßnahmen immer öfter getroffen werden sollten, um das Gleichgewicht aufrechtzuerhalten. Ein angestellter Manager kann sich nicht mehr so mit dem Unternehmer identifizieren, wie es in Fälle der Eigentümer-Manager war.

Eckpunkte aus dem Buch „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ sollen hier auch nicht unerwähnt bleiben. Schumpeter hält fest, dass man, „[...] [hier] bei der Behandlung des Kapitalismus mit einem Entwicklungsprozess [zu tun hat]“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 136). Das betrifft auch die Beschreibung der Antriebsfaktoren des Kapitalismus: „Der fundamentale Antrieb, der die kapitalistische Maschine in Bewegung setzt und hält, kommt von den neuen Konsumgütern, den neuen Produktions- oder Transportmethoden, den neuen Märkten, den neuen Formen der industriellen Organisation, welche die kapitalistische Unternehmung schafft“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 137). Hier wird deutlich, dass er nichts anderes als seine aus dem Jahre 1911 (Buch „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“) stammende Definition der Entwicklung und ihrer Formen wiederholt.

Er bringt als Beispiel den Konzern U.S. Steel und schreibt, dass dieser Konzern einen Prozess der industriellen Mutation erlebt hat. Dies erinnert an die „Durchsetzung neuer Kombinationen“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 137). Dieser Prozess hat die Wirtschaftsstruktur „von innen heraus

revolutioniert, unaufhörlich die alte Struktur zerstört und unaufhörlich eine neue [ge]schafft [hat]. Dieser Prozess der „schöpferischen Zerstörung ist das für den Kapitalismus wesentliche Faktum“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 138). Diese Erkenntnis hat viele spätere Autoren fasziniert. Die Idee ist von anderen Theoretikern weiterentwickelt worden. Man sollte aber zu dem Buch „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ aus dem Jahr 1911 zurückkehren. Wie es am Ende des vorigen Kapitels erwähnt wurde, hat Schumpeter im Jahr 1911 gemeint, die Entwicklung habe zwei Richtungen. Die erste besteht darin, neue Produkte herauszufinden, die neben den alten existieren können. Die Nachfrage für die neuen Produkte beeinflusst die Nachfrage für die alten nicht. Die zweite ist die Ausbesserung oder Ersatz der alten Produkte durch die neuen Produkte, somit werden die alten aus dem Markt (und aus dem Leben) verdrängt. Die schöpferische Zerstörung findet also hier statt. Für die eher politischen Theorien, die er in dem Buch „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ verfolgt, ist die „schöpferische Zerstörung“ von einer großen Bedeutung, aber zwecks ökonomischer Analysen ist es nicht vollständig, wie es am Anfang scheint. In seiner wirtschaftlichen Betrachtung ist er folgender Meinung: „dass die neuen Kombinationen ganz überwiegend nicht aus den alten erwachsen und unmittelbar an ihre Stelle, sondern neben sie treten und sie konkurrenzieren“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 336).

Schumpeter stellt wieder fest, dass die Theoretiker den Kapitalismus nur statisch analysieren, wobei er so sehr von der Dynamik der Entwicklung geprägt ist. „[...] gewöhnlich wird nur das Problem betrachtet, wie der Kapitalismus mit bestehenden Strukturen umgeht, während das relevante Problem darin besteht, wie er sie schafft und zerstört“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 139).

4. Ressourcentheorie

4.1 Penrose und „The Growth of the Firm“

Das Buch „The Theory of the Growth of the Firm“ von Elisabeth Penrose wurde im Jahr 1959 zum ersten Mal publiziert. Penrose hat Schumpeter auch

persönlich gekannt. Ihre Theorie wurde stark von Schumpeters Theorie beeinflusst und das spiegelt sich in diesem Buch wider. Natürlich hat sie die Anknüpfungspunkte weiterentwickelt und entfaltet. In diesem Kapitel wird ist es vorerst die Penrose-Theorie beschrieben und das Wichtigste für die gegenwertige Recherche daraus betont.

Penrose sieht die Verbindung zwischen Firmenentwicklung und Entwicklung der Gesamtwirtschaft. In weiterer Folge hängt die Firmenentwicklung von der Aktivität der bestimmten Personen ab: „All the evidence we have indicates that the growth of a firm is connected with attempts of a particular group of human beings to do something; nothing is gained and much is lost if this fact is not explicitly recognized“ (Penrose, 1959 [2009], S. 2). Somit verbindet sie die beiden Aspekte: das Makro- und das Mikroökonomische.

Aber mit ihrer Theorie fängt sie beim Ursprung an und zwar mit der Einheit, die zur Gesamtwirtschaft beiträgt – die Firma. Sie definiert „ihre“ Firma ganz genau. „A Firm is not a Firm“ (Penrose, 1959 [2009], S. 12) schreibt Penrose. Eine Firma in ihrem Sinne ist eine autonome administrative Einheit und hat eine zentrale Management-Koordination. Gleichzeitig ist es wichtig, eine oberste Managementstufe so schmal wie möglich zu halten, um eine Übereinstimmung der Entscheidungen zu sichern. Es wird hier nur eine industrielle Firma gemeint, die alle Ressourcen in Anspruch nimmt, um Güter zu produzieren. Ein anderer wichtiger Aspekt der vorweg festgehalten wird, ist die Größe eine Firma. Gibt es eine kritische Größe, wo eine Firma ineffektiv wird? Penrose schreibt: „In practice the name of a firm may change, its managing personnel and its owners may change, the products it produces may change, its geographical location may change, its legal form may change, and still in the ordinary course of events we would consider it to be the same firm and could write the story of its life“ (Penrose, 1959 [2009], S. 20). Aber egal wie eine Firma sich ändert, sie kann allein aufgrund dessen nicht ineffizient werden, sie muss sich nur an den neuen Dimensionen und den Typ anpassen.

Die Ressourcen, die eine Firma in Anspruch nimmt, sind verschiedener Natur. Es gibt:

- Materielle Ressourcen – „plant, equipment, land and natural resources, raw material, semi-finished goods, waste products and by-products, and even unsold stocks of finished goods.“ (Penrose, 1959 [2009], S. 21).
- “Human resources [...] – unskilled and skilled labour, clerical, administrative, financial, legal, technical, and managerial staff“ (Penrose, 1959 [2009], S. 22).
- Wichtig sind aber auch die services (inklusive management services²), die diese Ressourcen kombinieren und zu einem Produkt bringen.

Die Nutzung aller Ressourcen und der Kombinationen wird vom Entrepreneur organisiert. Es ist seine Aufgabe, die entsprechenden productive opportunit³ zu sehen und auszunutzen. Es gehört auch ein bestimmtes Talent dazu. Penrose trennt zwei Begriffe: Manager und Entrepreneur. Der Entrepreneur unterscheidet sich vom Manager, in dem er sehr ambitioniert ist, er hat viel Fantasie, er ist vielseitig. Er vermittelt so viel Vertrauen, dass er auch erfolgreich Geldbeschaffungsmaßnahmen trifft. Ein Entrepreneur ist auch risikofreudiger. „The [...] entrepreneurial judgment [...] is closely related to the organization of information gathering and consulting facilities within a firm, and it leads into the whole question of the effects of risk and uncertainty on, and of the role of expectations in the growth of firms“ (Penrose, 1959 [2009], S. 37). Ein guter Manager, der alles ordentlich unter Kontrolle hat, aber nicht unbedingt die Eigenschaften eines Entrepreneurs hat, kann eine Firma nicht allzu viel erweitern. Die Entrepreneurs haben in der Regel zwei Motivationsgründe. Erster besteht daran, die Firma sehr profitabel und groß zu machen. Der zweite Grund ist es, ein eigenes Imperium zu bilden.

Der Entrepreneur einer großen Firma arbeitet und führt diese aber nicht alleine, er braucht ein Managementteam und „the use of this word implies that management in some sense works as a unit“ (Penrose, 1959 [2009], S. 41). Wichtig ist hier, dass die Mitglieder des Managementteams eine Erfahrung in

²“Managerial services of the type described here are as much productive services in a firm as are the services of engineers in the physical production process“ (Penrose, 1959 [2009]).

³“An objective productive opportunity of a firm is limited by what the firm is able to accomplish, the subjective productive opportunity is a question of what it thinks it can accomplish“ (Penrose, 1959 [2009]).

der Zusammenarbeit haben. Das ist deswegen wichtig, weil: "if a firm [...] expands its organization more rapidly than the individuals in the expanding organization can obtain the experience with each other and with the firm that is necessary for the effective operation group, the efficiency of the firm will suffer, even if optimum adjustments are made in the administrative structure" (Penrose, 1959 [2009], S. 43). Ein Team, das viel Erfahrung in der Zusammenarbeit gesammelt hat, ist viel mehr wert als die Individuen einzeln. Erfahrung ist nicht nur für Teams wichtig, sondern auch allgemein für eine Firma. „Kenntnisse“ ist ein Schlüsselwort in diesem Zusammenhang. Kenntnisse sammelt man auf zwei Wegen. Der erste ist es, von anderen Personen zu lernen, diese Art und Weise zeigt eine Tendenz zu mehr Objektivität. Kommunikation spielt hier eine immense Rolle. Der zweite Weg ist eigene Erfahrung. Wenn das Lernen einen Übermittlungscharakter hat, bleibt die Erfahrung eines Individuums spezifisch. Erfahrungssammlung drückt sich als Kenntnisänderung einerseits und als Fähigkeitsänderung, diese Kenntnisse anzuwenden, andererseits aus. Informations- bzw. Kenntnissammlung hilft, das Risiko, das ein Entrepreneur eingehen würde, zu reduzieren.

Ein Entrepreneur als Manager ist das Beste, aber nicht genügend für eine Firma. Gewisse Ressourcen müssen vorhanden sein, die eine Firmenentwicklung fördern. Solche Ressourcen können zweierlei Typen sein, und zwar interne und externe. Die externen Ressourcen sind die Nachfrage, technologische Änderungen, bessere Märkte etc. Interessant für diese Arbeit sind aber eher die internen Ressourcen, die eine Firma zur Entfaltung motivieren. Penrose spricht von einem internen „pool of unused productive services, resources, and special knowledge, all of which will always be found within any firm“ (Penrose, 1959 [2009], S. 59). Dieses Statement braucht eine detaillierte Erklärung. Zu den Ressourcen kommt man auf zwei verschiedenen Wegen: Entweder sind sie bereits vorgegeben oder man beschafft sie auf dem Markt. Dass die Ressourcen des ersten Typs vorhanden sind und wahrscheinlich nicht völlig genutzt werden, ist vorstellbar. In unserem Fall spricht man aber von Ressourcen, die man sich auf dem Markt besorgt, gleichzeitig bleiben sie ungenutzt. Kann das aber sein? Penrose glaubt, die meisten Ressourcen bzw. Services sind nur als bundle vorhanden, auch wenn man nur eine davon braucht. Man kauft sich also ein ganzes Packet, man nutzt

für das geplante Projekt nur eine Ressource daraus und der Rest bleibt ungenutzt. „Unused productive services available from existing resources are a „waste“, sometimes an unavoidable waste but they are „free“ services, which, if they can be used profitably, may provide a comparative advantage for the firm possessing them“ (Penrose, 1959 [2009], S. 60).

Eine andere wichtige Eigenschaft der Ressourcen ist ihre Heterogenität. Das beste Beispiel sind die entrepreneurial services, die auf gar keinen Fall in man-hours gerechnet sein dürfen, denn so eine Rechnung ist nicht relevant. Selbstverständlich gibt es auch homogene Ressourcen, darunter zum Beispiel Maschinenstunden, Kilos etc. Diese machen aber nicht den interessanten Teil dieser Theorie aus. „It is the heterogeneity, and not the homogeneity, of the productive services available or potentially available from their resource that gives each firm its unique character“ (Penrose, 1959 [2009], S. 67).

Die Nutzungsart verschiedener Ressourcen in einer Firma ändert sich mit Kenntnissammlung über diese Ressourcen. Wie wir früher auch gesehen haben, die Kenntnisse und Erfahrungen sammeln sich in einer Organisation an. Die logische Schlussfolgerung ist, dass man immer profitabler die Ressourcen oder ihre Kombination nutzen kann. Dieser Effekt stimuliert die Forschungsarbeit. Und im Ergebnis: „The services that resources will yield depend on the capacities of the men using them, but the development of the capacities of men is partly shaped by the resources men deal with. The two together create the special productive opportunity of a particular firm“ (Penrose, 1959 [2009], S. 70).

Penrose glaubt an die Fähigkeit der Firma, die Nachfrage nach den Produkten, die sie produziert, durch verschiedene Maßnahmen, wie z.B. Werbung und Verkaufsbemühungen, beeinflussen und sogar manipulieren zu können. Sie passen sich nicht einfach an eine vorgegebene Nachfrage an. Von der anderen Seite können wir die existierende Nachfrage nicht ignorieren und die Firma wird sich zuerst bemühen, in der Phase der wachsenden Nachfrage, zuerst diese auf dem Markt zu decken, um Gewinne zu erwirtschaften. „Other things being equal, it is usually cheaper and less risky to expend the production of existing products than to enter new ones“ (Penrose, 1959 [2009], S. 73). In dieser Phase wird die Nachfrage für die Entwicklungsrichtung der Firma von

größter Bedeutung. Wenn aber die Nachfrage nachgibt, muss der Entrepreneur an seinen Produkten etwas ändern. „Diversification“ ist sein neues Ziel. Somit kommt man zu dem Drang die existierende Ressourcen besser einzusetzen oder zu kombinieren und das führt zu Innovationen. In diesem Fall verliert die Nachfrage an Bedeutung und die Macht der existierenden Ressourcen nimmt kräftig zu.

Diversifikation ist ein sehr verbreiteter Begriff. Er scheint auch eine ziemlich klare Bedeutung zu haben. Penrose zeigt aber, dass es nicht unbedingt so ist. Wann ist eine Firma diversifiziert? Wenn man sagt, eine Firma produziert nur Schuhe, bedeutet das, sie ist nicht diversifiziert. Man sagt, sie produziert Schuhe von allen Größen und von allen Typen (sportlich und elegant). Ist diese Firma dann trotzdem diversifiziert? Um solche Missverständnisse zu beseitigen, definiert Penrose ihren Diversifikationsbegriff. „ [...] a firm diversifies its productive activities whenever, without entirely abandoning its old lines of product, it embarks upon the production of new products, including intermediate products, which are sufficiently different from the other products it produces to imply some significant difference in the firm's production or distribution programmes“ (Penrose, 1959 [2009], S. 96).

Eine Firma kann auf verschiedenen Arten diversifizieren:

- 1) within the same area – mehrere Produkte, die eine gemeinsame Technologie und Markt haben
- 2) departure from the same existing area – in drei verschiedene Kategorien:
 - Beitritt neuer Märkte mit neuen Produkte auf gleiche Produktionsbasis
 - Expansion auf dem gleichen Markt mit neuen Produkten mit verschiedener Produktionsbasis
 - Beitritt neuer Märkte mit neuen Produkten und mit verschiedener Produktionsbasis.

Penrose empfiehlt aber, nur so weit zu diversifizieren, dass sich die Firma auch im Nachhinein leisten kann, in jedem Bereich zwecks Weiterentwicklung noch genügend zu investieren. Das heißt aber nicht, sie muss jedes neues Produkt beibehalten. Die Ressourcen können natürlich auch von einer

Produktlinie zu einer anderen geschifft werden. Oder bestimmte Produktionen können auch gestoppt werden. Aber um solche Entscheidungen zu treffen, müsste man entsprechend auch recherchieren und dafür braucht man ständig zusätzliche Investitionsmittel.

Man müsste im Zusammenhang mit dem Thema Diversifikation auch die vertikale Integration erwähnen – eine Form der Diversifikation. Eine Firma könnte anfangen, Vorprodukte oder Folgeprodukte zu den bisherigen Produkten zu produzieren. Eine Diversifikation mit Vorprodukten passiert, wenn die Firma sich Kostenersparnisse bei der Beschaffung der Rohstoffe oder im Rahmen einer Optimierung der Produktionsprozesse erhofft. Eine Diversifikation in Folgeprodukte kann eine Firma in neuen Positionen und auf die neuen Märkte bringen.

Weitere Entwicklungsmöglichkeit einer Firma, auch im Sinne der Diversifikation, sind Acquisition und Merger. „Merger is used to denote any method of combining existing firms [...]. Acquisition [is when] one of the businesses [acquire] the business of another firm [...]“ (Penrose, 1959 [2009], S. 137)

Acquisition wird nur interessant, wenn sie billiger ist, als den ganzen Betrieb neu aufzubauen. Der Käufer muss einen höheren Erwartungswert für den gekauften Betrieb haben als der Kaufpreis ausmacht. Normalerweise sollte es schwer sein, so einen Verkäufer zu finden. Es gibt private Gründe ein „Business“ unter dem Investitionswert zu verkaufen, wie zum Beispiel Pensionsalter oder gewisse Fehler im Businessprozess, die ohne weitere Investitionen irreparabel sind, fehlende Konjunkturen, fehlende Informationen beim Verkäufer.

Small firms haben einen besonderen Platz in der Penrose Theory. Sie fragt sich, warum es noch kleine Firmen existieren, wenn offensichtlich die Großen Zugriff zu viel mehr Ressourcen haben und eigentlich auch leicht die kleinen vom Markt verdrängen können aufgrund ihrer economies of size. „Let us assume that existing large firms do have a competitive advantage over small firms in any field they care to enter, and are under legal or moral pressure to permit the survival of small firms.“ (Penrose, 1959 [2009], S. 195) Die Opportunitäten,

die die kleinen Firmen dann trotzdem haben, weil die es einfach in der Wirtschaft gibt, nennt Penrose „interstices“. Das sind solche Opportunitäten, die die großen Firmen außer Acht lassen. Egal wie groß eine Firma ist, sie kann nicht alle Opportunitäten in Anspruch nehmen und sie bleiben offen für die kleinen Firmen. Aus monopolistischen Gründen könnten dann die großen Firmen die gleichen Produkte anbieten, aber zu niedrigeren Preisen, diese Kosten könnten sie sich leisten, nur um kleinere Firmen aus dem Markt zu drängen. Anti-trust-Gesetzgebung ist hier die Lösung.

Die letzten Kapitel des Werkes von Penrose werden den Aspekten gewidmet, die für diese Arbeit nicht unbedingt von Bedeutung sind, deswegen werden diese hier auch nicht mehr dargestellt.

4.2 Jay B. Barney

Einer der wichtigsten Vertreter der modernen Ressourcentheorie ist Jay B. Barney. Noch 1986 schreibt er den Artikel „Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy“. Damit hat er Platz für den „strategic factor market“ in der Ökonomie eingeräumt. Das ist ein Markt, wo die notwendigen Ressourcen für die Implementierung einer Strategie gehandelt werden. Eine Besonderheit ist der Markt der strategischen Ressourcen wo Unternehmen gehandelt werden, für die Fälle wo ein ganzes Unternehmen als Ressource gesehen wird. Nun gibt es theoretisch vollkommene und unvollkommene Märkte der strategischen Ressourcen:

- Auf einem vollkommenen Markt ist der Preis einer Ressource gleich ihrem Erwartungswert für die Strategieimplementierung. Auf diesem Markt kann eine Firma keine übernormale wirtschaftliche Leistung (above normal economic performance⁴) erwirtschaften. Sogar würde kaum jemand die Ressourcen verkaufen wollen.

⁴ Above Normal Economic Performance – die Antwort in der Ressourcentheorie auf die Zentralfrage: „Warum sind einige Firmen besser als die anderen?“ ; Definition of Barney: to buy a strategy generated Cash Flow for less than the value of that Cash-Flow

- Auf einem unvollkommenen Markt haben verschiedene Firmen verschiedene Erwartungswerte. Aufgrund dieser Differenzen kann ein Sonderergebnis entstehen.

Ressourcen können verschiedenster Art sein: der Marktanteil (für low cost producer – wo Quantität wichtig ist); die Reputation (für Luxusprodukte Produzenten); Research and Development (für Innovatoren).

Prinzipiell werden zwei Annahmen in dieser Theorie getroffen:

- 1) Eine Firma bezweckt die above normal economic performance. Glück und Zufall werden ausgeschlossen. Die Firma ist besser informiert über den Erwartungswert einer Ressource als die Konkurrenz.
- 2) Die Firma hat zwei Informationswege für die Kalkulation des Erwartungswertes einer Ressource: die Umwelt und die Interne Fähigkeiten und Potential (unique skills and capabilities).

Barney präsentiert zwei Szenarien, die auf dem Markt der strategischen Ressourcen stattfinden können. Erstes Szenario: Firma A ist sehr gut über den Erwartungswert der Ressource informiert, während alle anderen Firmen (in weiteren Folge werden diese aus Vereinfachungsgründen Firma B genannt) über keine exakten Informationen diesbezüglich verfügen. Die Firma B überbewertet den Erwartungswert der Ressource und bezahlt einen Preis, der höher als der Wert ist. Firma A tritt dem Markt gar nicht bei und kauft diese Ressource nicht. Über einen langen Zeitraum erwirtschaftet die Firma B einen Verlust (Fluch des Winners). Firma A vermeidet diesen. Zweites Szenario: Firma A ist sehr gut über den Erwartungswert der Ressource informiert, Firma B ist nicht akkurat informiert. Firma B unterbewertet den Erwartungswert. Der Preis (als Folge der Angebot/Nachfrage-Regeln) bleibt unter dem Wert. Beide Firmen (A und B) kaufen die Ressource, beide erwirtschaften einen above normal economic performance. Insgesamt ist A trotzdem in einer besseren Position weil sie keine Verluste aus dem ersten Szenario hat. Es ist noch zwischen performance beider Firmen zu unterscheiden. Während Firma A einen realen Gewinn aufgrund Erwartungen hat, hat die Firma B nur Glück. Und Glück zählt nicht zu dieser Theorie.

Im gleichen Artikel widerspricht Barney einigen weiteren Hypothesen, die geglaubt haben, sonstige Differenzen zwischen Firmen gefunden zu haben. Diese Differenzen hätten automatisch einigen einen competitive advantage verliehen:

- Lack of Separation (Thompson und Strickland 1980) – damit ist gemeint, dass dieser Markt unvollkommen ist, auch wenn die Ressourcen für eine Strategie in einer kleinen Firmengruppe vorgegeben sind (geerbt), die nicht verkaufen will und implementiert diese selber. Barney ist der Meinung, dass diese Firma zu einem gewissen Zeitpunkt diese Ressource trotzdem besorgen müsste. . Wenn sie diese Ressource mit einem entsprechenden akkuraten Erwartungswert besorgt, dann fällt es wieder unter das obige Szenario für die Firma A. Andernfalls ist es nur Glück, was von dieser Theorie nicht betrachtet wird.
- Uniqueness (Peters and Watermann 1982) -Hier handelt es sich um eine einzigartige Ressource, die nur eine Firma besitzt und keine zweite Firma haben kann. Als Beispiel ist hier IBM genannt. IBM Kunden haben meistens ein gewisses Basisprogramm installiert. Das bindet die Kunden an IBM und sie können nicht so leicht zu den Konkurrenten wie Honeywell umsteigen. Barney ist der Meinung, dass diese Uniqueness auch einmal „gekauft“ worden ist. Falls es aufgrund einer akkuraten Information getätigt worden ist, es ist nichts anderes als der gleiche Erwartungswert (Firma A), sonst ist es nur Glück.
- Lack of Entry Firmen, die den Market beitreten könnten, haben es aber nicht gemacht. Drei Gründe werden hier betrachtet: 1) diese Firmen streben keine Profitmaximierung an – was ziemlich unwahrscheinlich ist, und wenn so was passiert, dann wiederum nur wegen Informationsmangel, was zum falschen Erwartungswert führt ; 2) sie haben nicht genügend finanzielle Möglichkeiten – hier argumentiert Barney damit, dass der Finanzmarkt immer die Firmen finanzieren würde, welche in Strategien investieren möchten, die eine übernormale wirtschaftliche Leistung generieren würden. Wenn das nicht passiert, dann nur aufgrund von Informationsmangel; 3) sie verstehen die Eigenschaften der gewinngenerierenden Strategien nicht, die die

derzeitigen Strategizers implementieren – selbsterklärend geht es hier auch um inakkurate Erwartungswertschätzung.

Nachdem sich alles auf Information reduziert, entsteht die wesentliche Frage: Wie kann eine Firma die Informationen besorgen und sichern? Eine Möglichkeit ist die Umwelt, was aber nicht allzu viel bringt. Man geht davon aus, dass diese Art Information für alle öffentlich zugänglich ist und daher bleiben die Konditionen eines perfekten Marktes vorhanden. „[...] only if the information was obtained through nonsystematic means can it give a firm expectational advantages“ (Barney, 1986, S. 1239). Die zweite Möglichkeit ist wertvoller. Die Firma muss die bereits intern vorhandenen Ressourcen analysieren und in Anspruch nehmen. Die Zugänglichkeit zu solchen Informationen ist barrierefrei. Wenn die festgestellten Ressourcen auch nur von einer sehr begrenzten Anzahl von Firmen besetzt sind, dann stellen sie einen „competitive opportunity“ (Wettbewerbsvorteil) dar. Beispiele solcher Ressourcen sind wie Barney schreibt: „[...] special manufacturing know-how, unique combination of business experience in a firm, the teamwork of managers in a firm“ (Barney, 1986, S. 1239).

Barney ergänzt seine Theorie immer wieder mit neuen Ideen und so erscheint im Jahr 1991 sein zweiter berühmter Artikel „Firm Ressources and Sustained Competitive Advantage“. Im Jahr 2001 schreibt er aber gemeinsam mit Asli M. Arikan eine vollständigere Beschreibung der Theorie, die als Kapitel 5, genannt „The Resource-based View: Origins and Implications“, in dem Buch „The Backwell Handbook of Strategic Management“ publiziert wird. Im Jahr 2007, gemeinsam mit Delwyn N. Clark, schreibt Barney das Buch „Resource-based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage“. Dieses ist auch bis jetzt die vollständigste Variante der Ressourcentheorie. Das Ergebnis hier ist etwas spürbarer und praktischer.

Barney unterscheidet zwischen competitive advantages (Wettbewerbsvorteil) and sustained competitive advantage (nachhaltiger Wettbewerbsvorteil):

„Firms obtain competitive advantages by implementing strategies that exploit their internal strengths, through responding to environmental

opportunities, while neutralizing external threats and avoiding internal weakness“ (Barney & N.Clark, 2007, S. 49).

„ [...] To have a sustained competitive advantage [it means] when it is creating more economic value than the marginal firm in its industry and when other firms are unable to duplicate the benefit of this strategy.“ (Barney & N.Clark, 2007, S. 52)

Der Unterschied zwischen den zwei Begriffen liegt meistens an der Lebensdauer des Vorteils. Barney betont, dass die Lebensdauer nichts mit dem kalendarischen Zeitablauf zu tun hat. Eine nachhaltige Wettbewerbsvorteilsdauer kann auch kurz sein „but, if that advantage is not competed away through other firms duplicating the strategy of the firm with a competitive advantage, then that advantage may still have been sustained.“ (Barney & N.Clark, 2007, S. 52). – condition of duplicationnennt Barney diesen Effekt.Es kommen aber Umweltänderungen vor, die die Gültigkeit des Wettbewerbsvorteils auflösen. Das kann passieren im Rahmen der technologischen Entwicklung oder Nachfrageänderung etc. Schumpeterian Shocks heißt in der Literatur dieses Phänomen der Wertneudefinierung von Wettbewerbsvorteilen.

Es wird viel über Ressourcen einer Firma geredet, die diesen Wettbewerbsvorteil mit sich bringen. aber wie sieht diese aus? Welche Bedingungen sollen diese Ressourcen erfüllen, um einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil einer Firma zu sichern? Die sogenannte VRIO Framework stellt es sehr schematisch dar:

Abbildung 1: VRIO Framework

Is a resource or capability					
Valuable?	Rare?	Costly to imitate?	Exploited by organization?	Competitive implications	Economic Performance
No	-	-	No ↑ ↓ Yes	Competitive disadvantage	Below normal
Yes	No	-		Competitive parity	Normal
Yes	Yes	No		Temporary competitive advantage	Above normal
Yes	Yes	Yes		Sustained competitive advantage	Above normal

Quelle: (Barney & N.Clark, 2007, S. 70)

Barney ist der Meinung, eine Ressource muss unbedingt alle vier Eigenschaften erfüllen um einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu bringen:

- 1) Sie muss wertvoll (valuable) sein: eine Ressource, die eine gewinnbringende Strategieimplementierung erlaubt. Wenn nicht mal diese Eigenschaft vorhanden ist, hat die Firma einen competitive disadvantage. Die Betriebsleistung wird auch unter dem Durchschnitt sein (Zeile 1). Wenn aber nur diese Bedingung erfüllt ist (Zeile 2), wird die Firma nur ein normales Performance schaffen, ohne eine übernormale Wirtschaftsleistung zu erreichen.
- 2) Sie muss selten sein (rare) – ein schwer quantifizierbarer Begriff. Barney bringt einen Hinweis: „In general, as long as the number of firms that possess a particular valuable resource (or a bundle of valuable resources) is less than the number of firms needed to generate perfect competition dynamics in an industry, that resource has the potential of generating a competitive advantage“ (Barney & N.Clark, 2007, S. 59).
- 3) Sie muss schlechtimitierbar sein (imperfectly imitable resources) – eine direkte Imitation oder Substitution dieser Ressource darf nicht möglich sein. Wenn eine Ressource wertvoll und selten aber imitierbar ist, gelingt ein temporärer (bis eine Imitation erscheint) Wettbewerbsvorteil, was einen überdurchschnittlichen Gewinn für den Zeitraum bringt.

Diese Eigenschaft kann das Ergebnis einer oder der Kombination der folgenden Gründe sein:

- Entweder ist sie historisch einer Firma vorgegeben (wie z. B. gute Lage, Organisationskultur).
 - Kausale Ambiguität (causal ambiguity) ist vorhanden, wenn eine direkte Verbindung zwischen den Firmenressourcen und ihren nachhaltigen Wettbewerbsvorteil schwer oder gar nicht feststellbar ist. Das gilt nur unter der Bedingung, dass es für alle Firmen schwer nachvollziehbar ist, welche Verbindung zwischen der Ressource einer Firma und ihrem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil gibt. Das passiert dank der Komplexität des Ressourcensystems, das eine Firma besitzt. Die Ressourcen sind meistens interdependent und daher es ist rätselhaft, welche davon genau einen Vorteil in Barneys Sinne mit sich bringen (Beispiele: Management Teamwork, Organisationskultur etc.).
 - Soziale Komplexität – wenn dieses Phänomen die Basis für den nachhaltigen Wettbewerbsvorteil ist, dann kann eine zweite Firma kaum eine Imitation schaffen.
- 4) Die Firma muss über die organisatorischen Möglichkeiten verfügen, um diese Ressourcen in Anspruch zu nehmen (z. B. Inventur Netzwerk für einen Supermarkt etc.). Hier ist der Gewinnpunkt. Die Firma wird immer einen überdurchschnittlichen Profit haben, wenn alle vier Eigenschaften zur Geltung kommen (Zeile 4 aus der Tabelle 1).

4.3 D. Teece und Dynamic Capabilities

“In attempting to explicate competitive advantage, the dynamic capabilities approach places emphasis on the firm’s internal processes, assets and market positions, the path along which it has traveled, and the paths that lie ahead. The framework also explicitly takes into account replicability and imitability “ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 22). – So lautet die kürzeste Gesamtbeschreibung der Teece Theorie über den von ihm eingefügten neuen Begriff dynamic capabilities.

Dynamik ist nötig für eine Firma, um auf die Umweltänderungen rechtzeitig reagieren zu können. Capabilities ist der Begriff für die Fähigkeit des

strategischen Managements, alle in der Firma vorhandenen Ressourcen, das Potential und die Kompetenzen, zu integrieren und abzustimmen. Diese Fähigkeit im Sinne der wahren Dynamic Capabilities bedarf einiger Eigenschaften. Dynamic Capabilities müssen unikal, schwer vervielfältigbar und kundenorientiert sein. Dieser Koordination aller internen Möglichkeiten vergibt Teece die wichtigste Rolle. „The very essence of capabilities/competences is that they cannot be readily assembled through markets [...]. The firm as a nexus of contracts suggests a series of bilateral contracts orchestrated by a coordinator, where our view of the firm is that the organization takes place in a more multilateral fashion, with patterns of behavior and learning being orchestrated in a much more decentralized fashion“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 4).

Teece versucht, eine Art Formel zu definieren, mit der man mehr oder weniger vorhersehen kann, natürlich unter bestimmten Annahmen, ob eine Firma über richtige dynamic capabilities verfügt oder nicht:

$$Q \text{ (Strategic Capabilities)} = f \text{ (Process; Position; Path)}$$

Die drei Faktoren sind entscheidend. Die erste Kategorie ist der Führungs- und Organisationsprozess – „The way things are done in the firm [...] its routines, patterns of current practice and learning.“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 5) Teece bringt Beispiele aus verschiedenen Studien, die nachweisen, dass das Führungstalent, gewisse Informationen rechtzeitig zu sammeln und auf deren Basis Änderungen in der Organisation rechtzeitig vorzunehmen, um die Firma der aktuellen Marktanforderungen anzupassen, viel wertvoller als Investitionssumme oder Automatisierung ist (Klimaanlagenfirmen und Automobilindustrie). „These differences in coordinative routines and capabilities seem to have a significant impact on such performance variables as development cost, development lead times, and quality“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 7). Andererseits kann die Einführung neuer Produkte daran scheitern, dass die Führungs- und Organisationsprozesse noch veraltet geblieben sind und für die neuen Produkte nicht mehr geeignet sein können. Daher schlägt Teece vor, die neuen Produkte in neuen Untergesellschaften unterzubringen, wo gleich ein neues System geschaffen wird.

Außer der bisher beschriebenen Integrationsfunktion der Führungskräfte schildert Teece das Learning als eine noch wichtigere Aufgabe. „Learning is a process by which repetition and experimentation enable tasks to be performed better and quicker and new production opportunities to be identified.“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 10) Dabei sehr wichtig ist die Kommunikation zwischen den Individuen innerhalb einer Firma. „Researches have pointed out that collaborations and partnerships can be a vehicle for new organizational learning, helping firms to recognize dysfunctional routines, and preventing strategic blind spots.“ (Doz and Shuen zit. nach Teece & Pisano, 1994, S. 10)

Um sich eine dynamic capability zu sichern, muss ein Unternehmen, noch die Fähigkeit haben, sich schnell neu zu konfigurieren und zu transformieren, um sich an die schnell ändernde Bedingungen anzupassen. Das Teece Rezept ist decentralization und local autonomy. Solche Firmen sind als „high flex“ zu definieren.

Der zweite Faktor aus der Formel ist die Firmenposition, oder „[...] is current endowment of technology and intellectual property, as well as its customer base and upstream relation with suppliers“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 5). Vier Arten von Assets können die Firmenposition bestimmen. „Technologische Assets“ sind ganz klare technologische Erfolge einer Firma. Sie können eventuell auch durch Patentgesetze geschützt werden. Complimentary Assets begleiten die technologische Assets, beispielsweise, um ein neues Produkt verkaufen zu können, braucht man auch entsprechende neue Lieferservices. Financial Assets ist die Cash Position einer Firma. Und als letzte kommt die Locational Assets – die historisch vorgegebene geographische Position (z. B. eines Rohstoffs oder einer Liegenschaft).

Der dritte Faktor ist der Path. Es ist aus dem Namen der Theorie selbsterklärend, dass in eine dynamische Perspektive die historische Entwicklung sehr entscheidend ist. Path im Sinne von Teece ist nichts anderes als die Entwicklungsbahn einer Firma. Zu gewissen Zeitpunkten musste die Firma bestimmte Entscheidungen treffen, die eine enorme Wirkung auf die folgenden Schritte und Ereignisse hatten – history matters and by gones are not by gones. „By paths we refer to the strategic alternatives available to the firm,

and the attractiveness of the opportunities which lie ahead. “ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 5)

Teece erkennt auch, dass die Nachbildungs- (Replication) oder Imitationsmöglichkeit (Imitation) einer Capability diese in Gefahr bringt und sie verlieren den Status als solche. „ [...] organizational capabilities, and the routines upon which they rest, are normally rather difficult to replicate. “ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 17) Gegen Imitation kann man auch durch Gesetz geschützt werden. Teece benutzt den Begriff Appropriability, um den Grad der Imitationsbehaglichkeit zu beschreiben. “Appropriability is strong when a technology is both inherently difficult to replicate and the intellectual property system provides legal barriers to imitation“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 19).

4.4 S. Winter und “Four Rs of Profitability: Rents, Resources, Routines, and Replications”

Diese ökonomischen Theorien haben, obwohl oft sehr unterschiedliche Betrachtungen beinhalten, einige gemeinsame Aspekte in ihrer Analyse, was auch daran liegen kann, dass sie möglicherweise der gleichen Abstammung sind. So versucht Winter zwei moderne Theorien zu verknüpfen und zwar die Evolutionary Theorie mit der Ressourcen-Theorie. Der gemeinsame Nenner ist „Ressource“ genannt. Winter ist der Meinung, die Ressource der Evolutionary Theorie sei so ein breiter Begriff, dass sie die “Routine“ der Evolutionary Theorie ihn auch beinhaltet.

Zwei Aspekte als Grundsteine dieser Analyse sind für Winter wichtig:

1. The Evolutionary Theorie geht von folgenden zwei Dinge aus:
 - Firms „know how“ to do some things.
 - Mehr Gewinn erreicht eine Firma durch Wachstum.
2. Ressourcentheorie hat die Prämissen:
 - Die Ressource beinhaltet bereits das „Know-how“.
 - Gewisse Profitopportunitäten sind der Firma von Anfang gegeben (angeboren)

Das Wintersche Model hat, wie der Titel schon verrät, vier R-Themen, die jeweils zu zweit parallel dargestellt werden: **Routine/Resource** und **Replication/Rent**.

Während die „Routine“ eine vorhersehbare und berechenbare Sache ist, die eine Firma mit der Erfahrung gesammelt hat, ein Verhaltensmuster wenn man will, ist die „Ressource“ nur eine Stärke, falls sie werthaltig bleibt. Ein Ressourcenbündel ist wertvoll, nur wenn man eine Implementierungsstrategie verfolgt. Winter stellt sich dann die Frage: Welche Routine kann man als Ressource sehen? Man muss zwei Aspekte zwecks Beantwortung dieser Frage betrachten:

1. Der statische Aspekt: Eine Ressource muss die Fähigkeit besitzen, eine Quasi-Rente zu erwirtschaften
2. Der dynamische Aspekt: Die Ressource muss so einsetzbar sein, dass man die zukünftige Position immer verbessert. Diesbezüglich sind drei Komponenten wichtig:
 - Die spekulative Komponente – ein Auge für wertvolle Ressourcen zu haben
 - Die Entwicklungskomponente – die Fähigkeit, eine Ressource maximal zu nutzen, um gegenwärtige Tätigkeiten zu optimieren
 - Die kreative Komponente – neue Kombinationen der vorhandenen Ressourcen zu initiieren, um neue Tätigkeiten anzufangen.

Die Routine, die die Eigenschaften einer Ressource hat, ist die sogenannte Teamfähigkeit (Team-embodied skills). Die Routine in diesem Sinne bedeutet, die Tätigkeit, in der ein Team die gewonnenen Fähigkeiten ausübt, wie zum Beispiel eine Fußballmannschaft, ein Montageband oder fast foodcounter. „The firm“ knows how“ to do something because it commands the appropriate routines“ (Winter, 1995, S. 152).

Das Nachbildungsausmaß dieser Ressource besteht darin, wie der Prozess der Einbeziehung neuer Teammitglieder, bzw. die Gründung neuer ähnlichen Teams, stattfindet. Firmen, die einmal eine skill-embodied team erreicht hat, könnten, und es ist sogar empfehlenswert, diese zu wiederholen (Nachbildung/replication) – copy yourself before somebody else does it. Es

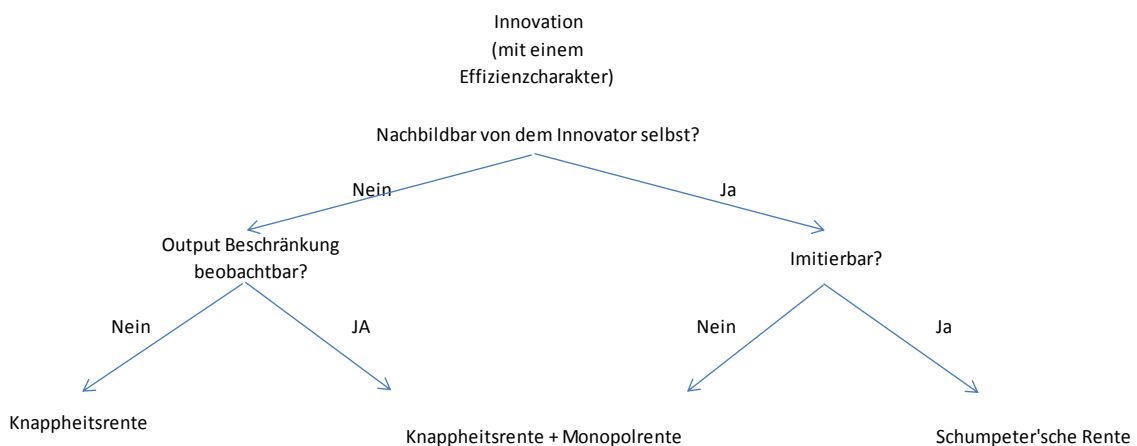
besteht aber auch die Gefahr einer Imitation seitens der Konkurrenz, was die Werthaltigkeit der Ressource dann in Frage stellt.

Es ist aber nicht immer einfach, eine Ressource nachzubilden bzw. zu imitieren. Je spezifischer die Ressource ist, desto schwieriger wird es. Es entstehen opportunistische Kosten der Nachbildung. Daraus kann sogar ein neues Produkt entstehen – die spezifische Ressource auf dem Markt zu bringen.

Wenn eine Firma über eine Ressource verfügt, die eine competitive advantage mit sich bringt, sollte sie replizieren, so evolutionary economics, weil Gewinn in Erweiterung besteht. Der Erweiterungsprozess dauert bis die Konkurrenz diese Ressource imitiert. Die Frage ist, ob die Ressource imitierbar ist. Eher nicht, wenn sie spezifisch ist, oder überhaupt einzigartig geographischer oder sonst anderer Natur ist. Die Ressourcentheorie sieht es genauso. Die Nachbildung wird schwierig, wenn keine weiteren Kreativitätsfähigkeiten vorhanden sind. Imitation muss man zu verhindern versuchen, sonst verliert man die Werthaltigkeit der competitive advantage.

Winter zeigt folgende Gewinnklassifizierung:

Abbildung 2: Gewinnklassifizierung.



Quelle: (Winter, 1995, S. 164)

Die linke Seite dieses Schemas stellt die Situation dar, in der die Ressource nicht nachbildbar ist, weil sie entweder geographisch unique oder besonders spezifisch ist. Der nächste Schritt ist es, zu identifizieren, ob der Output eingeschränkt ist, wie zum Beispiel das klassische Beispiel der Rente von Ricardo – die Knappheit des produktiven Landes. Falls die Ressource keine Schutzmaßnahme gegen Output Erweiterung provoziert, wird man den entsprechenden Profit als Knappheitsrente (scarcity rents) bezeichnen. Wenn Reize für „down-sizing“ existieren, sind Monopolelemente beobachtbar und eine Knappheits- in Kombination mit Monopolrente erreichbar. Somit sieht man auf dem Bild das gemeinsame Ergebnis zweier Möglichkeiten wie folgt vereinfacht: nicht nachbildbare Ressourcen bringen die gleiche Rente mit sich wie nicht imitierbare Ressourcen. Anders zeigt sich der Fall der Schumpetersche Rente. Wenn die Ressource vom eigenen Innovators nachbildbar ist und auch von Dritten imitierbar, kann man nur eine kurzfristige, nicht werthaltige Rente erreichen.

4.5 R. Rumelt – Competitive Advantage im Rahmen der Ressourcentheorie

Rumelt stellt sich im Jahr 1987 auch die Aufgabe, die Rolle des Unternehmers im Prozess der Gründung von „new business“ zu beschreiben. Zwei Sichtpunkte analysierter dabei und zwar:

- den Zusammenhang zwischen dem Produkt/Markt und die unternehmerische Tätigkeit einerseits,
- Den Zusammenhang zwischen Organisation und die unternehmerische Tätigkeit andererseits.

Er stützt sich auf mehrere theoretische Ansätze in seinem Artikel und beginnt mit dem Versuch, den Begriff „Entrepreneurship“ zu definieren. Rumelt inspiriert sich dabei durch Schumpeter und sagt: “I define entrepreneurship as the creation of new business, and by new I mean business that do not exactly duplicate existing businesses but have some element of novelty [...]. I do not automatically equate entrepreneurship with the creation of new organizations or ventures, although I will be concerned with the conditions impeding internal entrepreneurship“ (Rumelt, 1987, S. 137).

Rumelt anerkennt die Schwäche der statischen Equilibrium, einen Profit zu definieren und ist mit Schumpeter in der Aussage einverstanden, dass dieses System nicht in der Lage sei, weder die Unternehmerschaft zu beschreiben, noch einen Reiz zu finden, neue Wege zu suchen. "If competition is swift and frictionless, entrepreneurs can expect only zero profits if projects succeed and worse if they fail!". (Rumelt, 1987, S. 138)

Die nächste grundsätzliche Frage ist: Wie definiert man eigentlich Profit? Rumelt ist der Meinung, Schumpeter, als Gründer der Innovations- und Unternehmerschaftsökonomie, hätte Profit dem Monopolistenprofit gleichgesetzt und ist damit nicht einverstanden. Wenn man den monopolistischen Vorteil bekämpft, zerstört man die Innovationsanreize, wäre dann die logische Schlussfolgerung, was auch nichtrealistisch ist. Er argumentiert, dass: „innovation and entrepreneurship are really about novelty and differentiation.“ (Rumelt, 1987, S. 140) Diese wird noch mit der Behauptung ergänzt, dass die Innovation nicht immer eine technologische Innovation ist, es kann auch eine Dienstleistung sein.

Mehrere empirische Studien haben laut Rumelt feststellen können, dass mit der Zeit Firmen innerhalb einer gleichen Industrie mehr Ergebnisdifferenzen als die Ergebnisdifferenzen zwischen Industrien aufweisen. Firmen, die der gleichen Industrie zugehören, scheinen sehr verschieden zu sein. Sie werden unterschiedlich geführt, sie haben verschiedene Verkaufspolitiken, Arbeitnehmereinstellungen, Organisationsstrukturen. Die fit Theory besagt: "Good management consisted of the alert tracking of competitive conditions and the implementation of concomitant adjustments in strategy and structure" (Rumelt, 1987, S. 141). Die fit Theorie sagt aber nichts darüber, warum es fehlerhafte Strategien gibt, beschwert sich Rumelt. Andere Ökonomen haben aus den Recherchen herausfinden können, es liegt an der "causal ambiguity" der Ressourcen – wo eine direkte Verbindung zwischen Erfolg und der erfolbringenden Ressource schwer oder gar nicht erkennbar ist, ausführlich bereits von Barney dargestellt (siehe Kap.3.2 dieser Arbeit). Also dann: "once the source of high profits is located in the firm's resource bundle rather than in its membership in a collective, the appropriate profit concept is that of rent" . (Rumelt, 1987, S. 141) Es gibt die Ricardo Rente – " the difference in payments

received by factors of the same type [...] [depending on] [...]. scarce factor“ (Rumelt, 1987, S. 142), die Pareto Rente – “the difference between a resource’s payments in its best use and the payments it would receive in its next best use“ (Rumelt, 1987, S. 142). Die statischen Aspekte dieser klassischen Rents lassen Rumpelt unzufrieden und er definiert dagegen, “entrepreneurial rent as the difference between a venture’s ex post value (of payment stream) and the ex ante cost (or value) of the resources combined to form the venture“ (Rumelt, 1987, S. 143). Das Rätsel dabei bleibt die Identifizierung derjenigen Profitelemente, die aus der ex ante Unsicherheit resultieren. Unvermeidlich ist Rumpelts Beispiel im Zusammenhang mit dieser Definition: Ein Restaurant bringt 500.000 \$ Profit/Jahr, bei einem Profit in Höhe von bereits 300.000 \$ /Jahr wäre die Rente=0, das heißt, die Rente ist in unserem Fall 200.000 \$/Jahr. Wenn angenommen wird, dass die Rente angeeignet (appropriate) werden kann, dann kann, entweder durch staatlichen Maßnahmen (z. B. Steuern) oder Konkurrenz, bei den stabil bleibenden Preise, der Profit um die 200.000 \$ reduziert werden. “The ex post appropriability of entrepreneurial rents means that owners of rent-yielding assets must anticipate the erosion of rents as interested individuals, groups, and governments opportunistically seek to redefine their shares.“ (Rumelt, 1987, S. 143) Daher wäre eine neue Kombination eine Lösung.

Wenn man zurück zur Formula der entrepreneurial rent kommt (Rent = ex postvalue-ex ante cost), ist es nicht die Unsicherheit der ex ante Kosten, die zum Profit führen kann? Sonst würde eine rasche Nachahmung die Rente gleich Null setzen. Und wo gibt es mehr Unsicherheit als in der Innovation? Neue Technologie, neue Techniken, neue Märkte, neue Konsumenten – all das sind Beispiele Rumpelts zu der Innovation. Empfehlenswert findet Rumpelt der System der property rights zum Schutz der Innovation. Es wird aber sicher nicht hundertprozentig genügend sein. Was noch helfen kann, sind die „causal ambiguity“ und „uncertain imitability“.

Rumpelt listet auch die notwendigen Eigenschaften einer „neuen Kombination“ auf, die eine Werthaltigkeit verleihen würde. In diesem Sinn soll das neue Geschäft („new business“):

- genug innovative,

- ein guter Ersatz für das vorherige, ersetzte Gut.
- profitaneignungsresistent und
- schützbar gegen Nachahmung

sein.

Wie kann man das “new business“ gegen Nachahmung schützen? Rumpelt schlägt den sogenannten Isolationsmechanismus vor, der entweder propertyrights protection oder first-mover advantage vorsieht. Der letzte “usually derived from informational inequalities or the costs of creating and enforcing complex multiparty contracts that, other things equal, make it increasingly costly for followers to duplicate an innovator’s position.“ (Rumelt, 1987, S. 146) Unter solche Phänomene zählen auch: economies of scale, producer learning, Reputation, Buyer evaluation costs etc.

Rumpelt glaubt, der Entrepreneur ist auch der Risikoträger. Es ist auch eine logische Schlussfolgerung seiner Theorie. Wenn, wie oben beschrieben, die Rente gleich der Unsicherheit der ex ante Kosten ist, dann muss ein Entrepreneur risikofreudig sein, um Innovationen einzugehen.

Ein Zusammenhang zwischen Organisation und der unternehmerischen Tätigkeit ist auch zu beobachten. Rumpelt benutzt den Begriff “incumbent monopolist“, das ist der Manager einer grossen Firma, der sich weiter mehr nur um bereits erreichten und bestehenden Sachen kümmert und weniger an Innovationen interessiert ist – “the incumbent has less incentive to innovate and therefore spends less, at the margin, on innovative activity“ (Rumelt, 1987, S. 150).

Zwei sich widersprechende Meinungen gibt es in der Literatur über die Verhältnisse zwischen Firmengröße/Firmenalter und Innovationsakzeptanz. Einige sind der Meinung, je älter die Firma, desto konservativer wird sie. Eine andere Ansicht besagt, je größer die Firma desto bürokratischer, daher sind Innovationen schwieriger durchzusetzen. Es gibt auch den Standpunkt, dass die großen Firmen bereits eine Routine für die Innovationen eingearbeitet haben. Jedenfalls wird, laut Rumelt, keine dieser Theorien durch Recherchen bestätigt. Rumelt versucht in dieser Hinsicht, mehr auf das Individuum eine Theorie aufzubauen, das bedeutet, wie motiviert einer ist, um innovativ zu sein:

- Wenn es nicht um eigenes Kapital geht, ist man nicht motiviert, innovativ zu sein. Man müsste eine „risiko fee“ dem Manager zahlen, um ihm Anreize zu verschaffen.
- Der Einfluss der innovativen Person in einer Firma spielt eine kardinale Rolle, low- und middle-level Managers werden eine Hürde der Bürokratie überwinden müssen.
- Wenn eine innovative Person eine eigene Firma gründet (und seinen Job verlässt), wird sie höchstwahrscheinlich ein Finanzierungsproblem haben.

4.6 S. Shane über Entrepreneurship

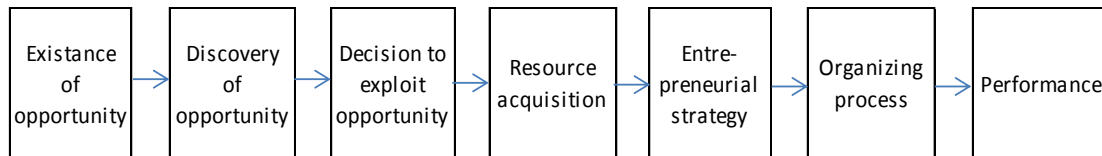
Shane ist gegenwärtig anerkannt als der Autor der am umfassendsten über Entrepreneurship schreibt. „Shane is also an unusually complete entrepreneurship scholar in terms of having made empirical as well as conceptual and methodological contributions“ (Davidson & Wiklund, 2009, S. 132) So die Bewertung von Per Davidson and Johann Wiklung in ihrem Artikel „Scott Shane: winner of the Global Award for Entrepreneurship Research“. Shane hat 10 Jahre dieses Feld empirisch und theoretisch studiert, er hat mehrere Studien geleitet und hat zum Schluss das Buch „A general Theory of Entrepreneurship – The individual-Opportunity Nexus“ im Jahr 2003 publiziert. Sein Ziel scheint es zu sein, die Lücke in der modernen ökonomischen Theorie in Bezug auf Entrepreneurship zu füllen.

Shane entwickelt eine eigene Definition über Entrepreneurship: „is an activity that involves the discovery, evaluation and exploitation of opportunities to introduce new goods and services, ways of organizing, markets, processes, and raw materials through organizing efforts that previously had not existed“ (Shane, 2003, S. 4). Im Prinzip beinhaltet diese Definition nicht unbedingt etwas Neues, ihre Genialität liegt eigentlich an die Vollständigkeit, die keine andere Definition vorher gehabt hat. Shane beschreibt seine Theorie und betont, dass sie Elemente verschiedener Wissenschaften inkludiert: “The book’s focus is not on testing theories of entrepreneurship from a particular disciplinary perspective, but instead seeks to use work from the fields of psychology , economics, organization theory, finance, strategy, technology management and

public policy to create a conceptual framework for entrepreneurship and provide supporting empirical evidence for that framework.“ (Shane, 2003, S. 10)

Die Struktur seiner Studienergebnisse ist von Shane in dem folgenden Schema dargestellt:

Abbildung 3: Richtung des unternehmerischen Prozesses.



Quelle: (Shane, 2003, S. 12)

Shane übernimmt von Schumpeter einfach die Begriffe „Unternehmer“ und „Innovation“. Shane beginnt anstatt dessen mit der Annahme der **Opportunitätsexistenz** (Existence of opportunity). Das ist eine Bedingung für die Innovation eines Unternehmers. Diese definiert er als: „a creation of new means – ends framework“ (Shane, 2003, S. 18). Es ist aber wichtig diese von den anderen profitbringenden Tätigkeiten zu trennen. Es muss wirklich etwas Neues sein und nicht eine einfache Optimierung des Alten. Es werden zwei Theorien als Anfangspunkte genommen und zwar die Schumpetersche (basiert auf Bedürfnis neuer Informationen, die vorher nicht existiert hat) und die Kirzneriansche (basiert auf Informationszugang, der unterschiedlich ist, zu der existierenden Information), die beiden unterscheiden sich radikal. Drei Opportunitätsquellen gibt es:

(1) die technologische – z. B. Computerproduktion führt zu Mikrochips Verkauf;

(2) politische – z. B. Pflicht für Autokindersitze motiviert Unternehmer solche in Mehrzahl zu produzieren;

(3) sozial-demographische – z. B. die Erhöhung der Arbeitnehmerinnenanzahl führte zur Produktion der Fertiggerichte.

Diese (Schumpeterschen) Opportunitätsquellen werden in fünf Formen aufgenommen:

(1) Neue Produkte,

- (2) Neue Märkte,
- (3) Neue Rohstoffe,
- (4) Neue Produktionsmethoden,
- (5) Neue Organisationsformen.

Weiter geht es nach dem oben dargestellten Weg. „**The discovery of entrepreneurial opportunities**“. Das Preis-System kann die existierenden Ressourcen optimal zuweisen. Dieses System ist nur nützlich, im Rahmen der vorhandenen Kenntnisse. Wie Shane sich aber den Schumpetersche Entrepreneur ausborgt, muss dieser sich etwas Neues ausdenken. Unter dem Neuen wird Ungewissheit, Unbekanntheit, Unerfahrenheit angenommen. Das bedeutet, das Preissystem kann der Innovation nicht helfen. Bei Einführung neuer Produkte kann man kaum über einen Marktpreis reden oder vorhersehen, wie der Markt darauf reagiert. „[...] it involves judgement-decision making [...] an entrepreneur must either possess different information than others or interpret the same information differently. As a result, entrepreneurial decision-making involves creativity“. (Shane, 2003, S. 59) Weiter kombiniert Shane die beiden Ursprungstheorien, die Schumpetersche und die Kirzneriansche und behauptet, ein Entrepreneur ist in der Lage, die Opportunitäten zu entdecken aus zwei Gründe:

1. Weil er einen besseren Informationszugang hat (Kirznerian),
2. Weil er eine bessere Denkweise hat, intelligenter ist. (Schumpeter)

„**Decision to exploit opportunity** – Die Entscheidung macht Shane von mehreren Faktoren abhängig:

(1) individuelle :

- opportunity costs des Entrepreneurs – je mehr die Person im Job verdient, desto weniger ist er motiviert innovativ zu sein
- Ausbildungsniveau – je höher dieses ist, destomotivierter ist die Person, innovativ zu sein
- Verheiratete Personen, dessen Gatte/Gattin arbeitet, sind motivierter, innovativ zu sein

- Erfahrung weist auch eine positive Korrelation mit der Innovationsfähigkeit auf
- Älterwerden bewirkt das Gegenteil. Mit dem Alter sind die Leute risikoaverser.

(2) psychologische Faktoren:

- die Persönlichkeit – die Extraversion, die Freundlichkeit, die Ehrgeiz, die Risikofreundlichkeit, die Unabhängigkeitstendenz der Person sind typische Eigenschaften eines Entrepreneurs.
- Selbstschätzung – die Personen, die eine höhere Selbstschätzung haben, haben auch eine Neigung, Opportunitäten in Anspruch zu nehmen.
- Kognitive Eigenschaften –höheres Selbstvertrauen in unbekannten Umgebungen, gute Intuition und gleichzeitig Überzeugungsvermögen.

(3) industrielle Unterschiede:

- Industrien, die erhöhten Bedarf an R&D haben, kennen einen erhöhten Anzahl von in Anspruch genommenen Opportunitäten
- Industriebranchen, die größer und mächtiger, schnellwachsend und segmentiert sind, sind auch für Innovationen beliebter

(4) Industrien, die eine höhere Anzahl von Patenten aufweisen, sind laut empirischen Studien auch für Innovationen geeigneter, Environment:

- ökonomisch
- politisch
- kulturell

„Resource Aquisition“ – hier geht es Shane hauptsächlich um Finanzmittelakquirierung, das heißt, wie sich ein neues Projekt finanzieren kann, um die Opportunität zu realisieren. Mehrere Probleme treten in diesem Zusammenhang auf, wie etwa die Geheimhaltung der Information über die Opportunität, um diese zu schützen, kann Schwierigkeiten bei der

Investorensuche mit sich bringen. Man kann und ist auch nicht willig als Entrepreneur, der eine wertvolle Geschäftsidee hat, alles offen darzulegen, um sich vor Konkurrenz zu schützen. Andererseits kann diese Taktik auch abschreckend auf Investoren wirken. Daher sind die Entrepreneurs, die sich selbst finanzieren können, auch erfolgreicher. In sonstigen Fällen kann es zu einer Informationsasymmetrie zwischen Entrepreneur und Investor kommen, weil unter anderen auch Verträge nicht vollständig sein können, sie können nicht alles vorsehen. Investoren sind daher williger, in Firmen zu investieren, die sie entweder bereits kennen oder die geographisch so lokalisiert sind, dass sie solche kontrollieren können. Die sogenannten „socialties“, die die Investoren und Entrepreneurs zusammenbringen, sind nicht immer vorhanden. Dann müssen die Entrepreneurs zu solchen Maßnahmen greifen, wie Publizität, PR, größerer Eigenkapital-Anteil etc.

„Entrepreneurial strategy“– diesen Aspekt der Fähigkeiten eines Entrepreneurs repräsentiert Shanes Fortschritt in Bezug auf die Schumpetersche Theorie. Er betont, wie wichtig es ist, eine Opportunität durch Strategien weiter halten zu können und daraus längerfristig Profite zu erwirtschaften – „development of competitive advantage“. Die Lösungen dieses Problems bei Shane sind Geheimhaltung, wenn der Zugriff zur Informationen nicht verweigert werden kann, dann gibt es fünf weitere Möglichkeiten wie: „controlling the resources needed to exploit opportunities, establishing legal barriers to imitation, exploiting opportunities at a scale that deters imitation, establishing a reputation, and innovating to stay ahead of competition.“ (Shane, 2003, S. 217)

„The organizing process“ – „[it] is the process of creating the routines and structures [...]“. Dieser Prozess hat folgende Komponenten:

- Planen – ein guter Plan spart einige Informationsasymmetrien und Fehler;
- Entscheidung über die Art der Opportunitätsverwirklichung – ob die Innovation im eigenen Namen des Innovators persönlich verwertet wird oder im Namen von jemand anderen; wird durch Eigenproduktion auf dem Markt gebracht oder durch solche Mechanismen wie Franchising oder Lizenzierung;

- Entscheidung über eine eventuell vertikale Integration der Innovation oder über den Markt;
- Entscheidung über die Organisationsart wie ein Einzelunternehmer, Partnerschaft, Kapitalgesellschaft etc.;
- Entscheidung über die Größe der Organisation.

Dieses Buch beinhaltet eigentlich Elemente von allen existierenden Teiltheorien zum Entrepreneurship, auch aus anderen Richtungen der ökonomischen Wissenschaftsliteratur. Man könnte es wahrscheinlich zum Lehrbuch der Entrepreneurship ernennen.

5. Ressourcentheorie und Schumpeter

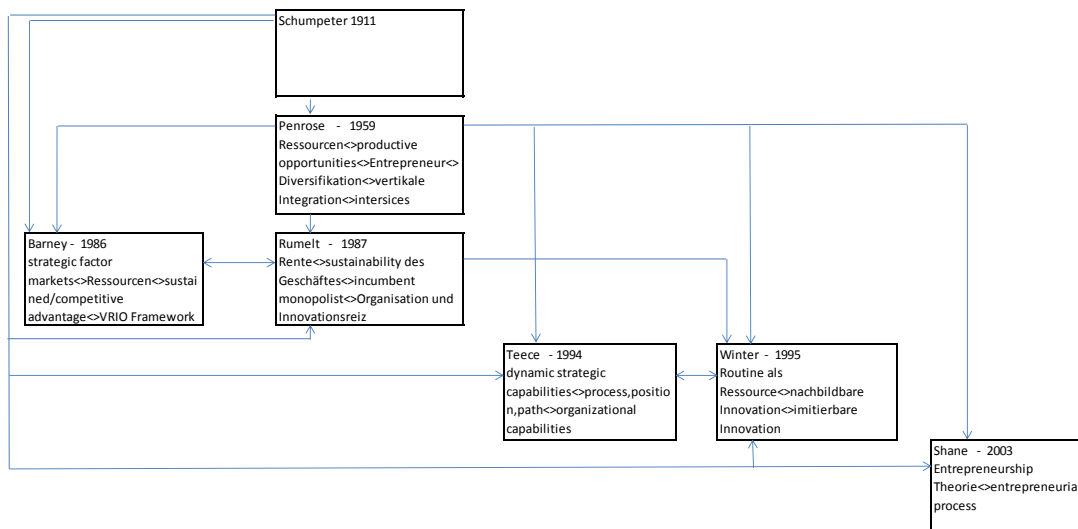
5.1 Tangenten der Ressourcentheorie und Schumpeter

Schumpeter hat selbst behauptet, er hat nie das Ziel gehabt, eine Schumpetersche Schule aufzubauen, die gibt es ja auch nicht. Man spricht eher von einem Schumpeter-System. Aber er hat mit seinen Ideen Grundsteine für weitere Theorien gelegt, weil er so vielfältig geschrieben hat. Er hat versucht, die meisten ökonomischen Probleme zu erörtern und zu erklären. Soziale, politische und ökonomische Aspekte sind in seinen Werken vereint, daher ergibt sich eine Menge Stoff für die Weiterentwicklung in den verschiedensten Bereichen. So lässt sich auch die Ressourcentheorie daraus inspirieren. Die Autoren der Ressourcentheorie zitieren und erwähnen meistens die zwei von mir oben kurz beschriebenen Werke:

1. „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ wegen der Begriffe „Unternehmer“ und „Unternehmerschaft“, „Unternehmer“ und „Erfinder“, „schubweise Entwicklung“, „Monopol als Ressource“ etc.
2. und „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ wegen der berühmten „creative destruction“

Die Präsenz Schumpeters in der Ressourcentheorie ist im folgenden Bild darzustellen:

Abbildung 4: Schumpeter in der Ressourcentheorieentwicklung



Dieses Bild zeigt den chronologischen Verlauf, so wie die Hauptelemente aus der jeweiligen Theorie, die hier in Betrachtung gezogen wurden. Einige Aspekte und Ideen sind von Schumpeter erst über Penrose weitergegeben worden. Manche Ansichten sind von Barney oder Rumelt direkt aus den Werken Schumpeters übernommen. Nächster Schritt ist der chronologische Übergang zu Teece, Winter und zum Schluss zu Shane.

Die Hauptelemente, die wie rote Pfade durch das ganze oben dargestellte Bild gehen, sind:

- Unternehmer/Entrepreneur
- Übergewinn/Rente/sustained competitive advantage
- Ressourcen/Quellen des Übergewinns
- Schutz des Übergewinnes/Eigenschaften der Ressource

Fairerweise sollte man hier bemerken, dass Schumpeter fast keinen Anknüpfungspunkt zuvor gehabt hat. Er hat ein neues Konzept gebracht. Er hat die Grundsteine dieser Richtung der wirtschaftlichen Überlegung gesetzt, wie ein Pionier. Seine Nachfolger haben selbstverständlich viele neue, zeitlich notwendige Aspekte analysiert. Zu seinen Zeiten war aber Schumpeter der „Entrepreneur“ in seinem eigenen Sinne der wirtschaftlichen Entwicklung.

5.1.1 Unternehmerrolle

Schumpeters Entrepreneur ist berühmt. Er ist einzigartig talentiert, ambitioniert und voller Energie. Manchmal hat man den Eindruck, er hätte eine Kristall-Kugel. Er kann gut beurteilen, ob neue Erfindungen Erfolg haben werden. Dann setzt er diese durch und macht Profit. Er widersteht dem sozialen, politischen, wirtschaftlichen Gegendruck der Gesellschaft und macht eine Entwicklung möglich. Er kann die anderen gut führen (Organisationstalent), damit er sein Zweck erreicht. Schumpeter beschreibt sogar das psychologische Portrait dieses Typs.

Den Schumpeter-Entrepreneur findet man bei Penrose, als den Einzigen, der die Ressourcen (materielle oder immaterielle) einer Firma nutzen und kombinieren kann. Der leichte Unterschied zwischen den beiden ist die Umgebung. Wenn Schumpeters Unternehmer Ressourcen vom gesamten Markt kombiniert, spricht Penrose von Firmenressourcen. Somit geht die Theorie weiter eher in die Welt einer Firma. Penrose hat sich eindeutig von Schumpeter inspiriert, als sie den Unterschied zwischen Manager und Entrepreneur beschrieben hat. Penroses Entrepreneur muss so talentiert und überzeugend sein, dass er auch als Kleinunternehmer überzeugend und Vertrauen ausstrahlend sein muss, um genügend Geld beschaffen zu können. Schumpeter schreibt auch, die Einführung einer neuen Kombination „[...] bedarf [...] eines speziellen Talentes. Hat aber jemand alles das in sich, was zum Erfolge unter diesen Umständen gehört, und kann er sich den nötigen Kredit verschaffen, dann kann er die Produkteinheit billiger auf den Markt bringen und „[...] einen Gewinn machen, der in seinen Hände bleibt“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 213).

Schumpeters Entrepreneur ist aber kein einfacher Manager; diese zwei Begriffe müssen auseinandergehalten werden. Einer der nur das tägliche Geschäft pflegt und führt ist, noch bei weitem kein Entrepreneur, so sieht es auch Penrose.

Rumelt ist mit Schumpeter im Hinblick auf den Unternehmer total einverstanden. Er übernimmt sogar sinngemäß die Betonung auf das Neuigkeitselement der Unternehmerschaft. Gleich wie Schumpeter, setzt er die

Gründung neuer Organisationen ganz und gar nicht voraus im Falle einer Innovation des Unternehmers: "I define entrepreneurship as the creation of new business, and by new I mean business that do not exactly duplicate existing businesses but have some element of novelty [...]. I do not automatically equate entrepreneurship with the creation of new organizations or ventures, although I will be concerned with the conditions impeding internal entrepreneurship" (Rumelt, 1987, S. 137).

Rumelt beobachtet aber ein Finanzierungsproblem bei einem selbstständigen Unternehmer, auch wenn er eine gute Idee hat. Schumpeter und Penrose gehen aber davon aus, ein richtiger Entrepreneur kann dieses leicht überwinden. Die Eigenschaft, einen Investor zu überzeugen, muss ein Entrepreneur einfach besitzen.

Wichtig zu bemerken ist noch, dass bei Schumpeter der Unternehmer gleich Eigentümer ist, worauf er auch sehr viel Wert legt (seine negative Prognose für Kapitalismus besteht auch darin, dass er zum Sozialismus übergehen muss, weil die Eigentümer nicht mehr Unternehmer werden). Chronologisch ist das in den Zeiten von Penrose oder später noch in den Zeiten von Barney nicht mehr möglich. Die großen Konzerne, die diese Autoren beschäftigen, sind meistens Aktiengesellschaften mit angestellten Managern (die Prognose Schumpeters bestätigt sich mehr oder weniger, obwohl diese seiner Ansicht viele Kritiker haben). Zum Thema der Trennung zwischen Eigentümer und Entrepreneur sagt Rumelt noch, es gäbe ein Motivationsproblem für den Entrepreneur, innovativ zu agieren, wenn es nicht um eigenes investiertes Geld geht. Daher müsste der Eigentümer dem Entrepreneur eine Risikoprämie zahlen, um diesen für interessante Projekte zu motivieren. Man sieht hier, dass Schumpeter, obwohl auch mit anderen Wörtern, das Principal-Agent Problem vorgesehen hat. Auch daraus zu schließen wäre, warum es für Schumpeter das Problem des einManagement-Teams noch gar kein Thema ist. Er benutzt ständig den Begriff „Unternehmergewinn“ und nicht „Unternehmensgewinn“. Teamwork ist auch bei Teece ein wichtiges Element, und dieses muss von einem Koordinator gesteuert werden. Dieses Führungstalent erkennt Teece auch für die Informationssammlung und die entsprechende Organisationsanpassung an die

neuen Marktbedingungen und -bedürfnisse. Eine weitere Entwicklung dieses Statements findet man bei Winter – die sogenannten Team-embodied skills als Ressource, ähnlich wie bei Penrose – ein eingespieltes Team ist viel mehr Wert für ein Unternehmen als jedes Mitglied einzeln.

Winter stellt in seiner Theorie über Routine als Ressource der Firma fest, die Routine muss gewisse Eigenschaften haben, um überhaupt als Ressource genannt werden zu können. Dabei geht es teilweise um nichts anderes als um Schumpeters Unternehmer-Beschreibung. Wie von mir im Kapitel 3.4 (Winter Theorie) bereits aufgelistet, müssen unter anderen auch die folgenden Komponenten der dynamischen Aspekte einer Ressource vorhanden sein:

- Die spekulative Komponente – ein Auge für wertvolle Ressourcen zu haben,
- - Die Entwicklungskomponente –die Fähigkeit eine Ressource maximal zu nutzen um gegenwärtige Tätigkeiten zu optimieren
- Die kreative Komponente – neue Kombinationen der vorhandenen Ressourcen zu initiieren, um neue Tätigkeiten anzufangen.

Und das ist eine Zusammenfassung von Schumpeters Beschreibung über den Unternehmercharakter.

Ein interessanter Aspekt bei Schumpeter ist das „Risiko“. Er behauptet: „Niemand ist der Risikoträger“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 217). Diese Rolle überlässt er dem Kredit- bzw. Kapitalgeber. Falls der Unternehmer die neue Kombination aus früheren Gewinnen finanzieren kann, trägt er das Risiko aus seiner Rolle als Kapitalgeber und nicht als Unternehmer. Penrose sieht die Sache anders, ihr Unternehmer muss risikofreudig sein. Rumelt schmückt sein Unternehmer auch mit Risikofreudigkeit. Der Unternehmer muss ein Risiko eingehen, weil dieses eine Komponente der ex ante Kosten darstellt und genau das bringt dem Unternehmer bei Rumelt Profit.

Shane als Entrepreneurship-Theoretiker hat selbstverständlich in der Hinsicht auf Unternehmer die breitesten Tangenten mit Schumpeter. Er bezieht sich auch direkt auf Schumpeters Werke, übernimmt Definitionen von ihm und entwickelt seine Ideen weiter. Er kombiniert auch wie Schumpeter soziologische, psychologische und wirtschaftliche Aspekte. Die Persönlichkeit,

Selbstschätzung und Kognitive Eigenschaften bei Shane finden wir in dem Abschnitt von Schumpeters Buch: „Er ist typisch [...] Emporkömmling und traditionslos, daher oft unsicher, anpassend, ängstlich – alles andere als ein Führer – außerhalb seines Bureaus. Er ist der Revolutionär der Wirtschaft und der unfreiwillige Pionier sozialer und politischer Revolution- und seine eigene Genossen verleugnen ihn, wenn Sie um einen Schritt weiter sind, so dass er mitunter im Kreis etablierter Industrieller nicht rezipiert ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 130).

Judgement-decisionmaking ist die Hauptcharakteristika eines Entrepreneurs bei Shane. Auch bei Schumpeter, sieht der Entrepreneur profitbringende Quellen, wo sie vorläufig von anderen nicht einmal geahnt werden.

5.1.2 Gewinnkonzept /Wettbewerbsvorteile

Barney benutzt den Begriff „above normal economic performance“ für Gewinn im Sinne der Ressourcentheorie. Er grenzt zwei Situationen für den strategic factors markets ab. Die erste ist ein perfekter Markt. Dabei schreibt Barney: „Price of the resources needed to implement these strategies will approximately equal their value once they are actually implemented. This is a conclusion of normal returns consistent with perfect information models of competition where no competitive uncertainty exists“ (Barney, 1986, S. 1233). Die andere vorgesehene Situation auf Barneys strategic factors market ist eine imperfekte, wodurch man sich auch einen competitive advantage erobern kann. In der Schlussfolgerung ist eine seiner Definitionen dafür: “to buy a strategy generated cash flow for less than the value of that cash flow“ (Barney & N.Clark, 2007, S. 1234). Wobei er Glück und Zufall aus seiner Theorie ausschließt. „Unexpected superior economic returns are just that, unexpected, a surprise, and a manifestation of a firm’s good luck, not of its ability to accurately anticipate the future value of a strategy.“ (Barney, 1986, S. 1234)

Schumpeter erklärt im ersten Kapitel seines Buches „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ wie man in einem statischen System zum Equilibrium kommt. Er konnte nachweisen, dass der Unternehmer in so einem System keinen Gewinn erzielen könnte. Das bedeutet nicht, dass der Unternehmer für seine Arbeit keine Entlohnung erhält. Im Gegenteil – sagt Schumpeter: „In der Verkehrswirtschaft [...] müssten daher die Preise bei freier Konkurrenz den Preisen der in ihnen erhaltenen Arbeits- und Naturleistungen gleich sein [Kosten] [...] Der Geschäftsmann bezeichnet als seine Kosten jene Geldsummen, die er an andre Wirtschaftssubjekte zu entrichten hat, um sich seine Produktionsauslagen bzw. Anschaffungsauslagen. Wir ergänzen seine Betrachtungsweise, indem wir den Geldwert seiner persönlichen Arbeitsleistung zu den Kosten rechnen“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 38). dieses Statement kann man Barneys perfekten strategic factor markets aus der oben erwähnten Definition gleichstellen. Das ist paradox, denn Gewinn existiert, meint Schumpeter. Er holt sich dann Hilfe aus der Böhm-Bawerk-Theorie, die zwei Gewinnquellen benennt. Bald entkräftet er sie beide (siehe 2. Kapitel dieser Arbeit). Denn Glück/Unglück, Irrtum (so wie bei Barney) usw. haben bei Schumpeter so wie bei Barney keinen Platz. „Die Risikoprämie [aus Naturkatastrophen oder dergleichen] ist für den Produzenten auch keine Quelle von Gewinn – sondern höchstens für eine Versicherungsgesellschaft“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 42). Natürlich existiert bei Schumpeter ein Gewinn und zwar: „Der Unternehmervorgewinn ist ein Kostenüberschuss [...] die Differenz zwischen Erlös und Ausgang in einem geschäftlichen Betriebe. Unter Ausgang verstehen wir hier alle Auslagen, die die Produktion direkt oder indirekt dem Unternehmer verursacht. Dabei ist festzuhalten, dass ein angemessener Lohn für eigentliche Arbeitsleistungen des Unternehmers, sowie eine angemessene Grundrente für etwa ihm gehörigen Boden, endlich eine Risikoprämie dazuzurechnen ist“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 205). erinnert das nicht an das above normal economic performance, das am perfekten strategic factor market erreicht werden kann (Barney)?

Auf die Gefahr hin, zu viele Zitate zu benutzen, möchte ich trotzdem meine Schlussfolgerung mit einem Auszug aus dem vierten Kapitel des Buches „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ verdeutlichen: „Im Kreislauf ist der Gesamterlös eines Betriebes – von Monopolvergewinn abgesehen – gerade groß

genug, um die aufgezählten Ausgänge zu decken. Es gibt da nur Produzenten, die weder Gewinn machen noch Verlust erleiden und deren Einkommen mit dem Schlagworte: wages of management ausreichend charakterisiert ist“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 208).

Schumpeter meint, der Übergewinn beinhaltet einen Monopolelement, weil „beim ersten Auftreten der neuen Produkte der Unternehmer keine Konkurrenten hat, so erfolgt deren Preisbildung ganz oder in gewissen Grenzen nach den Grundsätzen des Monopolpreise“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 234). In Folge unterscheidet er aber zwischen den monopolistischen Trust Gründer Gewinn und den dauernden Ertrag aus Monopolverhältnisse. Die Trust Gründung ist eine quasi Innovation. Die Gründung des Trustes führt zum Übergewinn. Der dauernde Ertrag aus Monopolverhältnisse ist keine Innovation mehr, diese kann nachahmt werden. Rumelt wirft Schumpeter vor, den Übergewinn dem Monopolgewinn gleichgestellt zu haben. Was passiert denn, wenn die monopolistischen Elemente bekämpft werden (anti-trust policies)? Bleibt der Profitreiz weg? Die logische Antwort auf die Frage ist: Nein. War Schumpeter wirklich derart im Unrecht? Was man aber in diesen widersprüchlichen Meinungen zwischen Schumpeter und Rumelt vermuten kann, ist ein Missverständnis. Schumpeter wollte nur die Betonung auf Innovationsprofit und nicht auf Monopol setzen. Die Innovation als solche bedeutet in unserer Betrachtung ein Produkt, wenn man will, das nur ein einziger Produzent auf dem Markt bringen kann und bis zum Zeitpunkt, an dem die Nachahmung geschafft ist, bleibt dieser Produzent ein Monopolist auf der natürlichen Art und kann über die Preise bestimmen wie er will, denn es gibt am Markt keine Kenntnisse und Information darüber. Rumelt spricht selber von first-mover advantage als Schutzmaßnahme gegen Nachahmung. Die künstlichen monopolistischen Verhältnisse sind bei Schumpeter aber auch eine Innovation, man muss diesen als separates Produkt sehen und mit der natürlichen Monopolsituation nicht vermischen. Daraus folgender Übergewinn ist aber in unserer Betrachtung nur der als Ursprungsgewinn, wie oben beschrieben, wichtig. Wenn ein Trust-Verhältnis weiterbesteht, kann es zu Rumelts incumbent monopolist führen, was wieder gegen die Innovation wirkt, weil der incumbent monopolist sich so wohl in der Situation fühlt, dass er den Reiz zum Innovation verlieren kann. Diese monopolistische Verhältnisse will Rumelt

bekämpfen, so wie er selber mit seinem Restaurant Beispiel erklärt – mit der Zeit wird sich in diesem Fall der Staat so einsetzen, mit z. B. anti-trust policies, dass diese Rente zu Null tendiert (siehe Kapitel 3.5 dieser Arbeit).

Eine gemeinsame Definition des Übergewinnes ist gefunden. Die nächste Frage wäre: Wie kommt man zu diesem Übergewinn? „[...]die neuen Kombinationen, die in der Entwicklung durchgesetzt werden, [sind] notwendig vorteilhafter [...] als die alten, so ist bei ihnen der Gesamterlös größer als in der statischen Wirtschaft, mithin größer als jene Ausgänge“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 208) meint Schumpeter. Penrose konkretisiert und adaptiert den gleichen Ansatz an die moderneren Gedanken: “The services yielded by resources are a function of the way in which they are used – exactly the same resource when used for different purposes or in different ways and in combination with different types or amounts of other resources provides a different service or set of services“ (Penrose, 1959 [2009], S. 22). Barney bleibt quasi bei derselben Definition, nur in der Perspektive der erworbenen relevanten Ressourcen: „once acquired, they can be combined in a variety of ways to implement different strategies“ (Barney, 1986, S. 1235).

Penrose ist der Meinung, die Entwicklungsrichtung einer Firma hängt von ihren internen Faktoren (Entrepreneur, Management Team etc.) und externen Faktoren (Nachfrage, Innovationen, bessere Märkte) ab. Sie beschreibt auch mehrere Entwicklungsrichtungen. Schumpeter schildert auf seiner Art mehrere Kombinationsmöglichkeiten, die man den Entwicklungsrichtungen von Penrose gleichstellen kann. Der interne Entwicklungsfaktor bei Schumpeter ist alleine der Unternehmer (Penrose zerlegt seine Funktionen: Entrepreneur selbst und Management-Team, andere Fachleute), die externen Faktoren können von seinen formulierten Kombinationen abgeleitet werden. Man sieht eine direkte Verbindung zwischen den beiden Theorien:

- Penroses Spezialisierung und die Schumpeter-Kombination, wie etwa „Schaffung eines neuen Gutes, das vorhandene und schon bisher befriedigende Bedürfnisse besser befriedigt [...]. Eine Kombination des Falles besserer Bedürfnisbefriedigung mit dem Falle billigerer Kosten der Produkteinheit“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 215).

- Penroses relevant demand geht in mehreren Richtungen:
 - ♦ „Other things being equal, it is usually cheaper and less risky to expand the production of existing products than to enter new fields“ . (Penrose, 1959 [2009], S. 73) Man könnte dieses Statement fast mit dem „Aufsuchen neuer Absatzorte“ von Schumpeter korrelieren, was auch eine Steigerung der Nachfrage für die bestehenden Produkte bedeuten könnte
 - ♦ „ [...] firms get into the production of products about which consumers know nothing [...] “ (Penrose, 1959 [2009], S. 74) und der Fall eines ganz neuen Gutes bei Schumpeter.

„The new combinations may be combinations of services for the production of new products, new processes for the production of old products, new organization of administrative functions“ (Penrose, 1959 [2009], S. 76) – Hiermit bietet Penrose eine Zusammenfassung der im Detail beschriebenen Kombinationen Schumpeters auf mehrere Seiten in dem Buch „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“, 4. Kapitel an.

Shane nennt wie bei Schumpeter, auch fünf Formen der Opportunitätsquellen (bei Schumpeter Übergewinn): neue Produkte, neue Märkte, neue Rohstoffe, neue Organisationsformen, nur drückt er es ein wenig anders aus.

Eine ganz neue, Schumpeter noch nicht bewusste Ressource, ist die Routine oder das Team einer Organisation, ihre internen spezifischen Kenntnisse und Erfahrungen, die so gut wie nicht imitierbar ist. Die ersten Ansätze in der Richtung findet man wie oben dargestellt bei Penrose, mehr darüber wird von Barney dargelegt. Barney unterscheidet zwischen kausaler Ambiguität und sozialer Komplexität. Beide Phänomene beschreiben eigentlich mehr die immateriellen Ressourcen. Die Routine als Ressource ist eine Spezialität von Winter – ein Know-how einer Firma zu organisieren.

„Die Bahn ist gebrochen [...]. [nach dem ein Unternehmer eine neue Kombination durchgesetzt hat] und immer neue Betriebe [mit dieser Kombination] entstehen unter dem Impuls des lockenden Gewinns“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 211). Gewinn, oder im Sinne meiner

Recherche hier Übergewinn, als Ergebnis der competitive advantage, entsteht bei Schumpeter in Folge der Durchsetzung neuer Kombinationen. Schumpeters Theorie hört bei dem Gedanken auf, dass dieser Übergewinn nicht von Dauer sein kann. Sein Übergewinn ist nur Ergebnis des Disäquilibriums, als Prämie des Innovators. Sobald die Kombination von den anderen nachgemacht oder kopiert wird, passen sich die Produktionsmittelpreise sowie auch die Verkaufspreise so an, dass es zu einem neuen Äquilibrium kommt. „In der kapitalistischen Wirtschaft müssen sich die Preise der Produktionsmittel[im Äquilibrium] so stellen, dass sie den Produktpreis erschöpfen. Soweit das nicht möglich ist, muß der Produktpreis entsprechend sinken“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 232) Die Konkurrenz muss früher oder später den Erlös bei Schumpeter herabdrücken.

Wenn man diese Sichtweise mit der modernen Ressourcentheorie zusammensetzt und mit der Vokabeln der Ressourcentheorie ausschmückt, dann sieht man eine competitive advantage des Schumpeter-Unternehmers, ausgehend von seiner innovativen Denkweise und Durchsetzungskraft der neuen Kombination. Ihm fehlt aber die Möglichkeit diese competitive advantage in einer sustained competitive advantage umzuwandeln. Der Unterschied zwischen den zwei Begriffen liegt meistens, wie es im Kapitel 3 meiner Arbeit ausgehend von Barneys Theorie festgestellt worden ist, an der Dauerhaftigkeit (ausgenommen sie können trotz Kurzlebigkeit nicht nachgemacht werden) des Vorteils. Eine temporary competitive advantage ist das maximal Erreichbare in der Wirtschaft bei Schumpeter und führt zu above normal economic performance bzw. Übergewinn nur befristet. Diese Befristung von Schumpeters competitive advantage kommt daher, dass Nachbildungs- bzw. Imitationsmöglichkeiten rasch auf dem Markt kommen (Replication or Imitation). Die Schumpeter-Lösung besteht darin, wenn der Unternehmer dynamisch mit neuen Innovationen agiert: „Wenn die Kraft des Unternehmers sich nicht an einem Plane erschöpft und er außerdem mit seinem Betriebe vereint bleibt, so geht er an neuen Veränderungen, die nach unserer Terminologie immer neue Unternehmungen sind, oft mit Mitteln, die aus seinen vergangenen Unternehmungen zieht. Dann sieht der Vorgang wohl anders aus, aber sein Wesen ist dasselbe“ (Schumpeter J. A., [1934]:1993, S. 216). Die gleiche Idee finden wir bei Teece aber viel weitergebracht. Teece hat viel mehr die

firmeninternen Prozesse recherchiert. Schumpeter sieht eine dynamic capability in der Suche nach neuen Kombinationen, während er die Verbesserung der alten den Nachahmern überlässt. Teece gibt selber zu, dass, [...] the dynamic capabilities approach is a descendant of the Schumpeterian. However, it emphasizes organizational processes inside the firm more than Schumpeter ever did [...]“ (Teece & Pisano, 1994, October, S. 21) Shane's Entrepreneur muss auch eine Strategie führen, um Imitationen zu verhindern, um seinen Profit so lang wie möglich zu halten. Winter empfiehlt sogar die Nachbildung der erfolgreichen Innovationen, bevor ein Konkurrent die Nachahmung geschafft hat.

5.1.3 Innovation/Technologische Entwicklungen/Creative Destruction

Den Begriff „Dynamic“ benutzt Schumpeter nur in der ersten Auflage seines Buches „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ und zwar im siebten Kapitel, er fehlt aber in den nachfolgenden Auflagen. In diesem Kapitel vertritt er die Meinung, dass ein dynamisches Äquilibrium als solches gar nicht existieren kann. Die Entwicklung als solche ist eine Störung des existierenden statischen Äquilibriums. Falls es zu einem Äquilibrium kommen soll, passiert das nicht mit Hilfe der Entwicklungskräfte, sondern mit Hilfe des Gegenteils (Swedberg, 2007; 6.March). Das mag bis zu einem gewissen Grad seine Formulierung in den späteren Auflagen widersprechen, die oben auch zitiert wurden, nämlich dass die Entwicklung aus Sprüngen von einem zu einem anderen Äquilibrium zusammengestellt ist. Dieser scheinbare Widerspruch ist aber nur eine Entwicklung seiner Theorie. Die ökonomische Entwicklung macht mehrere Phasen durch, diese wechseln sich ab: Depression und Prosperität. Das vereinfachte Szenario ist wie folgt: Das Equilibrium wird durch creative destruction zerstört, das führt zu einem Entwicklungsschub, gefolgt von einer Depression des anderen Equilibriums usw.

Schumpeter hat nachgewiesen, dass der Kapitalismus eine dynamische wirtschaftliche Entwicklung geschaffen hat - Die Zuwachsraten der Produktion, der moderne Lebensstandard der Massen, das Budget der modernen Arbeiter,

Qualitätsverbesserungen, Wie es gelungen ist, erfahren wir aus der genauen Definition von Schumpeter für die creative destruction „[...] Prozess einer industriellen Mutation [...]. Der unaufhörlich die Wirtschaftsstruktur von innen heraus revolutioniert, unaufhörlich die alte Struktur zerstört und unaufhörlich eine neue schafft. Dieser Prozess der „schöpferischen Zerstörung“ ist das für den Kapitalismus wesentliche Faktum“ (Schumpeter J. A., [1942]:2005, S. 138). Die creative destruction bringt neue Technologien mit sich. Innovationen führen zum Wettbewerb und Nachahmer, die den Gewinn aus den neuen Technologien vermindern und schließlich neuen Innovationen begründen. Diese Aspekte sind völlig von Teece in seine Theorie der dynamic capabilities übernommen, vor allem in Bezug auf dynamic competition.

6. Zusammenfassung

Abbildung 5 stellt grafisch die Verbindung zwischen der Schumpeterschen Theorie und späteren Ansätzen dar. Im Hintergrund sieht man auch die zeitliche Komponente. Wie jeder Wirtschaftswissenschaftler, beschäftigt sich Schumpeter mit der Definition des Gewinnes. Das Hauptelement seiner Definition – die „neue Kombination“ – verfolgt man in alle weiteren Theorien. Man muss innovativ agieren um einen größeren Wert (oder Übergewinn) zu schaffen. Schumpeter hat die Grundsteine von drei Richtungen gesetzt, die selbstverständlich verflochten sind und trotzdem einer separaten, gesonderten Betrachtung und Analyse bedürfen.

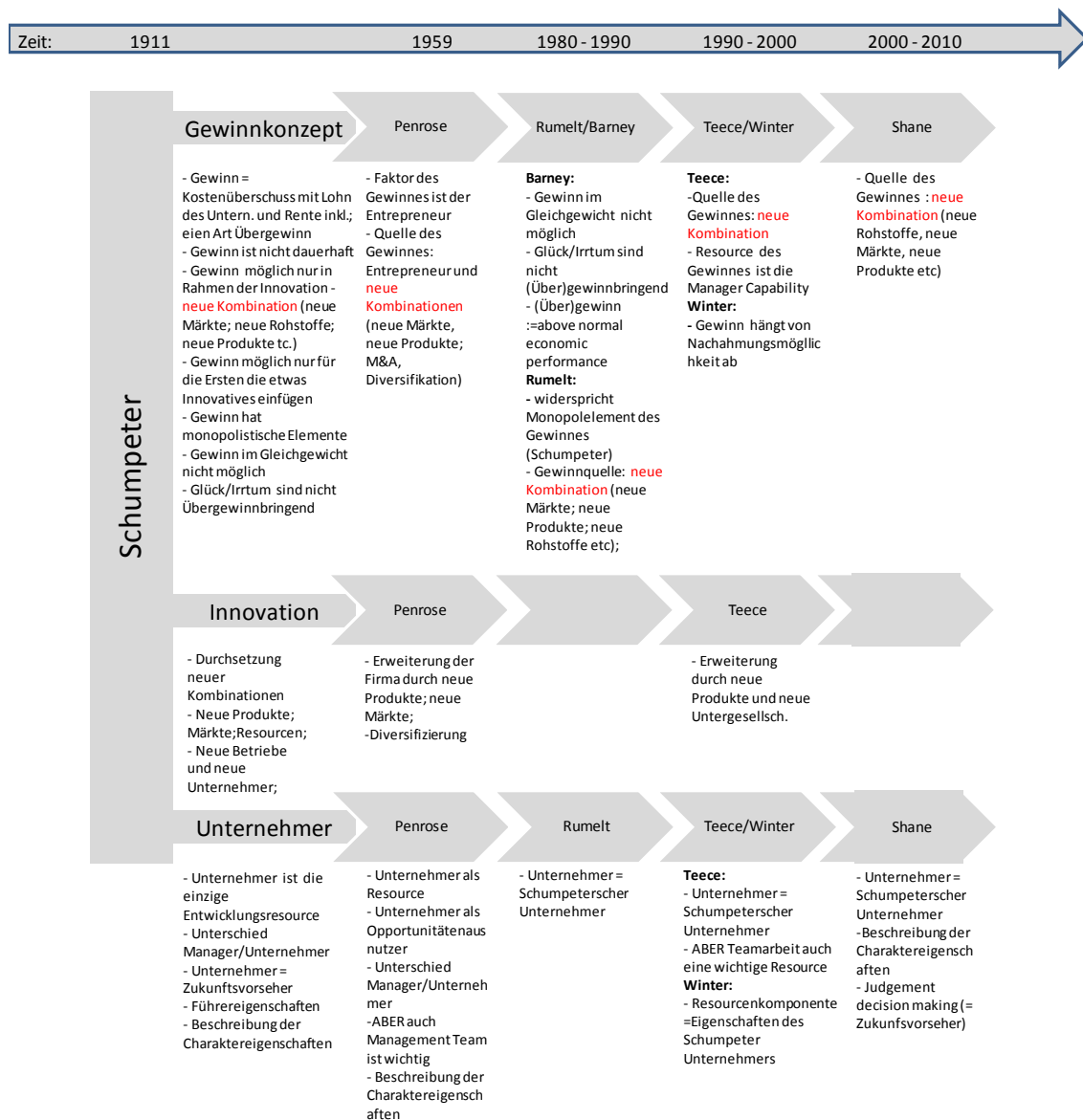
1) Der Unternehmer – wer ist er, wie ist er und was er besonders tun muss: Schumpeter bis Shane, alle sind der Meinung der Entrepreneur muss besondere Eigenschaften haben. Er kann nicht dem Manager gleichgestellt werden. Rumelt, Teece und Shane zitieren gleich Schumpeter in diesem Zusammenhang und übernehmen die Definition. Winter inspiriert sich von Schumpeter und verleiht der Gewinnressourcenkomponente die Eigenschaften von Schumpeters Unternehmer. Jedenfalls sind diese Autoren auch damit beschäftigt, die psychologischen bzw. sozialen Charakteristika des Unternehmers zu identifizieren.

2) Die Innovation – wenn sie das Wichtigste für die Gewinnerreichung ist, welche Arten der Innovation gibt es dann? Neue Märkte, neue Produkte, neue Rohstoffe, neue Qualität müssen entdeckt werden etc. – Penrose und Teece erwähnen dieselben Richtungen, ergänzend mit neuen Termini wie Diversifizierung, Merger&Aquisition. Diese neuen Elemente sind aber durch die zeitlichen Bedürfnisse zu erklären (zwischen der Theorie von Schumpeter und Penrose liegen ca.40 Jahre).

3) Das Gewinnkonzept – die Definition: Welche Gewinnquellen gibt es, wann und von wem ist die Gewinnerreichung möglich? Ist der Gewinn nachhaltig? Mit der Schumpeterschen Definition des Gewinnes scheinen auch Barney, Rumelt, Teece und Shane einverstanden zu sein. Das ist der Überschuss, der sogar nach der zufriedenstellenden Entlohnung von Entrepreneur und Rentner (Gesellschafter) übrig bleibt. Es ist eine echte Wertsteigerung (above normal economic performance wie bei Barney), die nur durch Durchsetzung von Innovationen (neue Kombination) entstehen kann, die wiederum nur vom Entrepreneur identifizierbar sein kann: Bei Penrose ist der Entrepreneur der Faktor von Gewinn, bei Teece ist die Manager Capability die wichtigste Gewinnressource. Schumpeter und Teece schliessen Irrtum und Glück aus dem Gewinnkonzept aus. Widersprüchlicher Meinungen sind Winter und Schumpeter betreffend monopolistische Elemente des (Über-)Gewinnes.

Die Nachhaltigkeit dieses Übergewinnes ist die gemeinsame Frage aller diesen Autoren. Schumpeter identifiziert nur die Schwäche des Übergewinnes, in dem sie nachahmt sein kann. Rumelt definiert das first-mover advantage. Teece glaubt an die dynamic competitive advantage – immer auf der Suche des Neuen, was der Unternehmer von Schumpeter eigentlich auch getan hat.

Abbildung 5: Entwicklungspfade zwischen der Schumpeterschen Theorie und den späteren Ansätzen



7. Schlussfolgerung

Mahoney hat versucht, die Ressourcentheorie mit anderen Industrial Organisations Theorien zu vergleichen. Innerhalb dieser Theorien hat er auch die Schumpeterian Competition betrachtet. Er hat feststellen können, dass die Ressourcentheorie sich von der Schumpeterschen Theorie in zwei Aspekten unterscheidet:

1. Monopolistische Stellung – Schumpeter findet das monopolistische Element als Übergewinnquelle. Die Ressourcentheorie bestreitet das komplett. Man sieht hier wieder eine Missinterpretation der Schumpetersche Theorie,
2. Nachahmungsbekämpfung – Schumpeter bekämpft diese gar nicht, obwohl er die Langfristigkeit der Innovator-Position begrüßt. Die Ressourcentheorie sieht drei Möglichkeiten: (1) costly-to-copy Ressourcen; (2) casual ambiguity; (3) legale Mechanismen;

Die Gemeinsamkeiten der 2 Theorien äußern sich in den folgenden zwei Betrachtungen:

1. Übergewinn als solche – als Ergebnis neuer Kombinationen, wobei der Entrepreneur eine ganz wichtige Rolle spielt;
2. Firmenspezifische dynamische capabilities – als Hauptressource (Mahoeny, 2001, S. 651-660).

In der gegenwertigen Arbeit ist die Richtung der Unternehmeranalyse und des Übergewinnanalyse in den Fokus genommen. In dieser Hinsicht hat Schumpeter eine sehr wichtige Basis für die weitere Gedankenentwicklung gelegt. Sein Unternehmer wird als Hauptressource des Übergewinnes gesehen. Er ist ein sehr innovativer Typ. Die neue Kombination oder auch Innovation und ihre Durchsetzung bleiben für den Unternehmenserfolg unvermeidlich. Seine Definition für den Übergewinn bleibt für die 100 Jahre auch so gut wie intakt erhalten. Dieser ver trägt kein Äquilibrium. Risiko und Glück werden total aus den weiteren Theorien, genau wie bei Schumpeter, ausgeschlossen. Die Quellen des Übergewinnes (neuer Markt, neues Produkt, neue Organisation, neue Qualität, neue Rohstoffe) werden mit der Zeit nicht ergänzt. Sogar dynamische Aspekte hat Schumpeter gespürt, denn sein Unternehmer muss sich ständig auf die Suche nach neuen Quellen machen.

Marktbeitrittsanstrengung wird von Schumpeter vor hundert Jahren gleich gesehen wie man sie sich auch heutzutage vorstellt. Die Ausdrucksweisemacht nur einen kleinen sprachlichen Unterschied: „Damit haben wir zugleich den Fall der Produktion eines ganz neuen Gutes erledigt. Zunächst muss ein solches den Konsumenten aufgedrängt, vielleicht gar geschenkt werden“ (Schumpeter

J. A., [1934]:1993, S. 215). Penrose ist der Meinung, eine Firma kann den Markt beeinflussen und sogar den eventuellen Kundenbeibringen, neue Produkte zu benötigen.

Der Begriff Diversifikation ist bei Schumpeter auch zu erkennen, obwohl er ihn als solcher nicht so nennt. Er spricht immer von neuen Unternehmen, die ein Unternehmer für jede neue Kombination gründet.

Die Art und Weise, wie Schumpeter seine Theorie überhaupt dargelegt hat, ist eine besondere. Man findet kaum in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur eine derartige literarische Formulierung. Man liest es fast wie einen guten Roman. Das liegt wahrscheinlich auch an die Erkenntnis von Schumpeter, dass die sozialen und psychologischen Aspekte und die Sozialkompetenz des Unternehmers unvermeidbar sind.

Literaturverzeichnis

- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The Entrepreneurship of Resource-based Theoriy. *Journal of Management*; vol.27, S. 755-775.
- Barney, J. B. (10. Oktober 1986). Strategic Factors Markets: Expectations, Luck, And Business Strategy. *Management Science*; vol. 32, No. 10,, S. 1231-1241.
- Barney, J. B. (1991). Firm Ressources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*; vol.17, S. 99-120.
- Barney, J. B., & N.Clark, D. (2007). *Resource-based Theory: Creating and Sutaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Coase, R. H. (1993). The Nature of the Firm. In O. E. Williamson, & S. G. Winter, *The Nature of the Firm: Origins, Evolution, and Development* (S. 18-33). New York Oxford: Oxford University Press.
- Davidson, P., & Wiklund, J. (9. June 2009). Scott A. Shane: winner of the GLocal Award for Entrepreneurship Research. *Small Bus Econ*; vol. 33, S. 131-140.
- Gautam, R., Jay, B., & Waleed, M. (2004). Capabilities, Business Processes, And Competitive Advantage: Choosing the Dependent Variable in Empirica Tests of the Resource-Based View. *Strategic Management Journal*; vol.25, S. 23-37.
- Hitt, M., Freeman, R., & Harrison, J. (2001). *The Backwell Handbook of Strategic Management*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Ireland, D., Hitt, M., & Vaidyanath, D. (2002). Alliance Management as a Source of Competitive Advantage. *Journal of Management*; vol.28, S. 413-446.
- Mahoeny, J. T. (Sept 2001). A Ressource-based Theory of Sustainable Rents. *Journal of Management*; vol. 27, S. 651-660.
- McCraw, T. K. (2007). *Prophet of Innovation, Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Cambridge, Mansachusetts, and London, England: The Beknap Press of Harvard University Press.
- Penrose, E. (1959 [2009]). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: Oxford University Press Inc.
- Peteraf, M. A. (März 1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*; vol. 14, S. 179-191.
- Reinert, H., & Reinert, E. S. (kein Datum). *Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter*. Boston, Kluwer:
<http://www.scribd.com/doc/25097247/Creative-Destruction-in-Economics-Nietzsche-Sombart-Schumpeter-RF>.

- Rumelt, R. P. (1987). Theory, Strategy, and Entrepreneurship. In D. Teece, *The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal* (S. 137-158). Cambridge: Ballinger.
- Schumpeter, J. A. ([1934]:1993). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot GmbH.
- Schumpeter, J. A. ([1942]:2005). *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH+Co KG.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The individual - Opportunity Nexus*. Glos, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Swedberg, R. (2007; 6.March). Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship. Conference of Marshall, Schumpeter and Social Science, Hitotsubashi University, Japan.
- Teece, D. (2009). *Dynamic Capabilities & Strategic Management*. Oxford: Oxford University Press.
- Teece, D., & Pisano, G. (1994, October). *The dynamic capabilities of Firms: An Introduction; WP-94-103*. Laxemburg; Austria: International Institute for Applied Systems Analysis.
- Winter, S. G. (1995). Four Rs of Profitability: Rents, Resources, Routines, and Replicatio. In C. A. Montgomery, *Resource- Based and Evolutionary Theories of the Firm, Towards a Synthesis* (S. 147-178). Norwell, Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.
- Witt, U. (April/August 2002). How Evolutionary is Schumpeter's Theory of Economic Development. *Industry and Innovation; vol.9, Numbers1/2*, 7-22.

Anhang 1: Abstract

Schumpeter hat die Grundsteine von drei Richtungen der Wirtschaftswissenschaft und vor allem der Ressourcentheorie gesetzt:

- 1) Der Unternehmer – wer ist er, wie ist er und was er besonders tun muss: Schumpeter bis Shane, alle sind der Meinung der Entrepreneur muss besondere Eigenschaften haben
- 2) Die Innovation – wenn sie das Wichtigste für die Gewinnerreichung ist, welche Arten der Innovation gibt es dann? Neue Märkte, neue Produkte, neue Rohstoffe, neue Qualität müssen entdeckt werden etc.
- 3) Das Gewinnkonzept – die Definition: Welche Gewinnquellen gibt es, wann und von wem ist die Gewinnerreichung möglich? Ist der Gewinn nachhaltig? Die Schumpeterschen Definition des Gewinnes ist der Überschuss, der sogar nach der zufriedenstellenden Entlohnung von Entrepreneur und Rentner (Gesellschafter) übrig bleibt. Es ist eine echte Wertsteigerung (above normal economic performance wie bei Barney), die nur durch Durchsetzung von Innovationen (neue Kombination) entstehen kann, die wiederum nur vom Entrepreneur identifizierbar sein kann

Die Nachhaltigkeit dieses Übergewinnes ist die gemeinsame Frage. Schumpeter identifiziert nur die Schwäche des Übergewinnes, in dem sie nachahmt sein kann. Rumelt definiert das first-mover advantage. Teece glaubt an die dynamic competitive advantage – immer auf der Suche des Neuen, was der Unternehmer von Schumpeter eigentlich auch getan hat.

Anhang 2: Lebenslauf

Cristina Rusnac

Persönliche Information

Geburtsdatum:	15.04.1979
Geburtsort:	Chişinău, Republik Moldau

Ausbildung

seit SS 2001	Studium Internationale Betriebswirtschaftslehre an der Universität Wien , Betriebswirtschaftszentrum, Brünnerstraße 72, 1210 Wien
SS 2000	Lehrveranstaltung Deutsch als Fremdsprache an der Universität Wien Dr.-Karl-Lueger-Ring 1, 1010 Wien
1996-2001	Wirtschaftsakademie der Republik Moldau, Diplomstudium Internationale Wirtschaftsbeziehungen
1986-1996	Bundesgymnasium „Mihai Eminescu“ Varsovia Str. 2, Chişinău, Republik Moldau