

Allez hopp!

Mit einem Satz in die Zukunft: Kühne Erfindungen werden vom Bund bislang kaum gefördert. Die Agentur für „Sprunginnovationen“ soll das ändern

Autor: Jan-Martin Wiarda

Ende Februar nahm Angela Merkel wie in jedem Jahr im Kanzleramt das Gutachten der Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) entgegen. Auch dieses Mal klagten die Wissenschaftler, Deutschland drohe den technologischen Wandel zu verschlafen, denn die Förderungspolitik des Bundes konzentrierte sich zu wenig auf die Zukunft. Dennoch wirkte die Kanzlerin auffällig entspannt. Denn im Koalitionsvertrag, der kurz vor dem Abschluss stand, befand sich ein Plan, der das deutsche Verständnis von Fortschritt, von Entwicklung und wirtschaftlichem Erfolg geradezu revolutionieren könnte. So hoffen zumindest die einen. Andere sind der Meinung, dass sich da eine große Geldverbrennung ankündigt. Jetzt hat das Kabinett den Plan in die Tat umgesetzt und die Gründung einer „Agentur zur Förderung von Sprunginnovationen“ beschlossen.

Das Umdenken begann vor gut zwei Jahren. Regelmäßig trifft sich Merkel beim sogenannten „Innovationsdialog“ mit Beamten und führenden Köpfen aus Wissenschaft und Wirtschaft, koordiniert von der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften (acatech). Im Frühjahr 2016 berichtete Martin Stratmann, Präsident der Max-Planck-Gesellschaft von zwei staatlichen Agenturen in den USA, die mit Steuergeldern auf den ersten Blick verrückte Innovationswettbewerbe veranstalten. Dort wird zum Beispiel ausgezeichnet, wer die besten Roboter für Rettungseinsätze konstruiert oder wessen fahrerloses Fahrzeug ganz allein einen 240 Kilometer langen Weg durch die Wüste findet.

Solch disruptive Innovationen, erklärt **Dietmar Harhoff, Direktor am Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb**, „verdrängen bestehende Technologien, Produkte oder Dienstleistungen. Sie hebeln die Wettbewerbsvorteile der etablierten Anbieter völlig aus.“ Beispiele für solche disruptiven Innovationen seien etwa das Beförderungsunternehmen Uber und der Übernachtungsvermittler AirBnB, das Cloud-Computing oder der Einsatz von Big Data und Künstlicher Intelligenz, die den Siegeszug von Google, Facebook oder Apple überhaupt erst ermöglichten. Das Problem: Keines der Beispiele stammt aus Deutschland. Hierzulande werden eher bestehende Technologien evolutionär weiterentwickelt, statt ganz neu zu denken. Plakativer formuliert: Während man hier den Verbrennungsmotor perfektioniert, leitet man anderswo (disruptiv) das Ende des fossilen Zeitalters ein.

Diese Sicht der beiden Wissenschaftler Stratmann und **Harhoff** hat Merkel überzeugt. Der Gedanke wurde weiter verfolgt, eine Expertengruppe eingerichtet. Unter Stratmanns Vorsitz und **Harhoffs** Redaktion entstand ein Diskussionspapier, das die Grundzüge einer deutschen „Agentur für Sprunginnovationen“ umriss. „Sprung“ klingt netter, weniger zerstörerisch als „disruptiv“, meint aber das Gleiche.

Nun ist klar, wohin die Reise gehen soll. Ähnlich wie in den USA sollen zwei Agenturen entstehen. Neben der für Sprunginnovationen, verantwortet von den Bundesministerien für Forschung und Wirtschaft, soll auch eine für „Innovationen in der Cybersicherheit“ entstehen. Ihre Paten sind die Innen- und das Verteidigungsministerium. Was nach Doppelstrukturen riecht, könnte besonders für die Sprunginnovations-Agentur vorteilhaft sein, denn sie muss sich nicht um den alten Streit der Wissenschaft kümmern, ob man für militärische Zwecke forschen soll.

Allein für die Zivilbehörde sollen bis zum Ende der Legislaturperiode mindestens 151 Millionen Euro ausgegeben werden, nach der Anlaufphase 100 Millionen pro Jahr. Wobei der Begriff „Behörde“ es nicht trifft. Denn die Agentur soll eine für staatliche Verhältnisse bislang ungekannte Freiheit genießen, als privatrechtliche GmbH mit dem Bund als Alleingesellschafter. Die Tarifregeln des öffentlichen Dienstes sollen nicht gelten, ihre Mitarbeiter sollen keine Karrierebeamten oder Verwaltungsfachleute sein, sondern hochqualifizierte Freigeister, die auf maximal fünf oder sechs Jahre befristet eingestellt werden und dafür Spitzengehälter beziehen.

Locken soll sie aber vor allem der enorme Gestaltungsspielraum: Um eine der anfangs vielleicht zehn Stellen als „Innovationsmanager“ zu ergattern, müssen sie bei der Bewerbung eine Idee präsentieren, wie sie einer bestimmten Technologie zum Durchbruch verhelfen wollen - und warum sie glauben, dass ausgerechnet diese Technologie Deutschlands Volkswirtschaft einen deutlichen Vorteil bringen würde. Einmal eingestellt können sie dann die zu ihrer Idee passenden „Spitzenprojekte“ anschieben und die aus ihrer Sicht am besten geeigneten Projektteams aus Hochschulen, Wissenschaftseinrichtungen und Unternehmen aussuchen. Sie entscheiden, wer wie viel Geld bekommt, sie kontrollieren, ob Projekte fortgeführt oder beendet werden. Und sie helfen mit, dass die Innovationen am Ende auch im Markt ankommen. „Ich stelle mir Leute vor, deren ausgefallenen Ideen bislang nicht honoriert wurden in unseren Unternehmen und Forschungsorganisationen, und die jetzt für sich eine Chance sehen, sich zu beweisen“, sagt Max-Planck-Chef Stratmann. Die Idee, solche kreative Innovationsmanager einzustellen, klingt faszinierend, wirft aber einige Fragen auf: Gelingt es, die Agentur so frei arbeiten zu lassen? Schafft die Agentur es, attraktiv genug für solche Leute zu sein? Dürfen sie ihre Budgets so frei vergeben, wie es nötig ist, ohne dass der Rechnungshof interveniert? Und wird es von Parlament und Gesellschaft akzeptiert, wenn am Ende neun von zehn Spitzenprojekten nicht zu disruptiven Innovationen führen?

Nicht alle Forscher wollen in den Optimismus einstimmen. Disruptive Innovationen seien von ihrem Prinzip her nicht planbar, eine staatlich finanzierte Agentur, die sie befördern sollte, ein Widerspruch in sich. „Diese Geldverbrennung gehört gestoppt!“ fordert zum Beispiel Klaus Diepold, der an der Technischen Universität den Lehrstuhl für Datenverarbeitung innehat.

Die Regierung hat in ihren Eckpunkten „speziell zugeschnittene Regelwerke und Bewirtschaftungsgrundsätze“ für die Agentur versprochen. Das heißt, es soll Wettbewerbe geben, bei denen Geld ausgegeben wird für vage, dafür aber umso faszinierendere, Fragestellungen. Wer zum Beispiel im Reagenzglas das erste menschliche Organ erfolgreich züchten kann. Oder wer den ersten Prototyp einer Batterie präsentiert, die ein Familienauto mit einer einzigen Ladung 2000 Kilometer weit fahren lässt.

Schon Anfang 2019 soll die Agentur starten. Wo, steht noch nicht fest. Auch ihr Chef noch nicht, von dem nur klar ist, dass er oder sie eine einzigartig starke und unabhängig denkende Persönlichkeit sein muss, damit die Innovationsmanager sie akzeptieren. Und damit sie im Zweifel die Politik auf Distanz halten kann: Die SPD-Forschungspolitikerin Manja Schüle kommentierte bereits, die Agentur benötige Beifreiheit, doch wenn öffentliche Mittel zum Einsatz kämen, müsse deren Einsatz stets gerechtfertigt und überprüft werden. „Wir werden nicht am Katzentisch teilnehmen, sondern fordern, die Rechte des Parlaments zu wahren, etwa mit einem Aufsichtsrat.“ Im Kern ist die Sache einfach: Wenn die Agentur ihr Ziel erreicht, wird sie Deutschlands Innovationssystem neu erfinden. Wenn nicht, wird sie zum Sinnbild für das Problem, das sie lösen sollte.