

# Die Hetzjagd nach Neuem



**Durch Innovationen und Ästhetisierung wird die Wirtschaft weiter angetrieben**

Pat Christ

*Was heute als Innovation gefeiert wird, landet morgen auf dem Schrotthaufen.  
Alle Fotos dieses Beitrages: Pat Christ*

**Autos fahren heute nicht mehr nur mit Benzin, sie tanken Sonnenstrom oder Wasserstoff. Verbrauch und Emissionsausstoß sanken rapide. Sensoren und Steuerungstechnik befähigen Autos, ganz alleine einzuparken. Nothalt-Systeme erkennen, wenn der Fahrer einen Herzinfarkt erleidet. Mal abgesehen von der Frage, ob das viele Autofahren gesund für Mensch und Umwelt ist, bleibt festzustellen: Es gab in den letzten Jahren sinnvolle Neuerungen. Was beileibe nicht in jeder Branche der Fall ist.**

Industrielle Arbeitsplätze sind in Deutschland Mangelware. Roboter leisten, was einst Menschen taten. Doch unserem System zufolge müssen Menschen beschäftigt und müssen die immensen Mengen dessen, was Maschinen ausspucken, an die Frau und den Mann gebracht werden. Aber wie? „Innovation“ lautet das Zauberwort, das seit geraumer Weile dabei ist, den Industriellen in einen sogenannten Ästhetischen Kapitalismus zu verwandeln.

An den Zielen ändert sich nichts. Alles dreht sich ungebrochen darum, Geschwindigkeitsrekorde zu brechen und mehr und immer noch mehr zu produzieren. Dafür sorgen Technologiezentren, T-Labs, Cluster zur Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft, Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen sowie weitere Initiativen der High-

Tech-Szene. Große Mitarbeiterstäbe forschen zu den Themen „Produktentwicklung“, „Produktveredelung“, „Produktverarbeitung“, „Produktanwendung“ sowie über neue Technologien zur Fertigung von Produkten. Schnellstmöglich sollen die Forschungsergebnisse in die Abläufe eines Konzerns integriert werden und zur Entwicklung neuer Produkte führen.

Anders als bei Universitäten, wo Grundlagenforschung betrieben wird, geht es in den Labs des industriellen Forschungssektors um die Kommerzialisierung von Wissen. Aus Ideen sollen binnen kürzester Zeit neue, tatsächlich oder vermeintlich bessere Konsumobjekte kreiert werden. Auch Bund und Länder treiben diesen Prozess voran. Bereits 2005 schlossen sie zusammen mit der Deutschen Forschungsgemeinschaft und außeruniversitären Wissenschaftsorganisationen den „Pakt für Forschung und Innovation“. Hauptziel ist es, die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Wissenschaftsstandorts Deutschland zu steigern.

## Immer kreativ sein müssen



Die Transformation hin zu einer ästhetischen Ökonomie, die auf permanente Innovation ausgerichtet ist, hat Konsequenzen. Hatte der Fließbandarbeiter einst keinerlei kreativen Spielraum, steht sein postindustrieller Nachfolger in den modernen Forschungslabors heute unter dem Druck, kontinuierlich kreativ sein, sich kontinuierlich originelles Neues einfallen lassen zu müssen. Fast jeder hat heute ein Visionär zu sein, von fast jedem wird Zukunftsdenken erwartet.



Im „Think Lab“ einer Fachhochschule lernen Studierende, Innovationen zu entwickeln.

Nicht nur Abläufe müssen immer effizienter und flexibler werden. Auch Menschen sind diesem Zwang ausgesetzt. Damit treten immer mehr ganz normale Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer quasi in die Fußstapfen von Künstlern – die in früheren Zeiten nahezu ausschließlich diejenigen waren, die (ästhetisch) Neues kreierten. Während es Handwerkern einst darum ging, ihre Meisterschaft über die Jahre und Jahrzehnte zu vollenden.

## Innovation und Selbstveralterung



„Für die gesamte Moderne, insbesondere für die kapitalistische Ökonomie, ist es charakteristisch, systematisch ein 'soziales Regime des Neuen' zu entwickeln“, bestätigt Professor Andreas Reckwitz gegenüber der **HUMANEN WIRTSCHAFT**. Schon lange wird dem Kulturwissenschaftler von der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt zufolge auf Innovation und „Selbstveralterung“ gesetzt: „In dieser Hinsicht radikalisiert sich die Spätmoderne noch einmal.“ Die Ökonomie bringt heute nicht mehr nur das technisch Neue hervor: „Sondern ästhetisch-kulturell neuartige Güter und Ereignisse.“ Die Märkte für solche „kulturellen Güter“ seien jedoch besonders hart umkämpft: „Darum stacheln sie die Organisationen zur 'permanenten Innovation' an.“

Zunächst einmal widerspricht dieser Zyklus des ästhetisch-kulturell Neuen in der Ökonomie der Idee eines nachhaltigen Wirtschaftens, gibt Recknitz zu: „Es wird keine Rücksicht auf die Vernutzung natürlicher oder psychischer Ressourcen genommen.“ Als Beispiel führt er die globale Expansion des Massentourismus an. Doch es gebe auch Gegenteilstendenzen, so der Mitherausgeber des im Juni erschienenen Taschenbuchs „Ästhetik und Gesellschaft“. Das Verlangen nach langlebigen Gütern, die dann umso authentischer erscheinen, sei heute sehr ausgeprägt – ebenso wie „ethical consumption“, also eine Ernährungsweise, die ethische Aspekte berücksichtigt.

Radikale Orientierung der Moderne am Neuen ist für Recknitz nicht unproblematisch: „Sie geht einher mit einer Abwertung der Wiederholung des Gleichen, der Abwertung von Routinen und Traditionen.“ Das globale Aufkommen

von religiösen Fundamentalismen lässt sich nach seiner Beobachtung in diesem Zusammenhang als ein Symptom lesen. „Hier versucht man, sehr brutal der 'permanenten Innovation' des Westens eine scheinbar zeitenthobene religiöse Orthodoxie entgegenzusetzen“, so der Kulturwissenschaftler.



Nicht alles, was neu in Apotheken erhält ist, ist tatsächlich innovativ.

## Tricks der Pharmaindustrie



Grundsätzlich gilt, dass Neues nicht per se gut oder schlecht ist. So sind neue Medikamente in vielen Fällen segensreich. Doch gerade hier gibt es extrem bedenkliche Entwicklungen. Arzneimittelinnovatoren haben sehr oft nicht in erster Linie den Patienten, sondern ausschließlich den Umsatz im Blick.

Hier versucht das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM), steuernd einzugreifen. Zusammen mit anderen Einrichtungen prüft es Qualität, Wirksamkeit, Unbedenklichkeit und Umweltverträglichkeit von neuen Arzneimitteln. In jüngster Zeit sieht sich das Bundesinstitut laut BfArM-Präsident Karl Broich allerdings mit einem wachsenden Druck auf Zulassungsentscheidungen konfrontiert. Pharmaunternehmen dauert es schlicht zu lange, bis ein Medikament zugelassen ist.

Um die Zeit zu verkürzen, wird Broich zufolge ein Trick angewandt: Neue Arzneimittel kommen zunächst nur für eine sehr kleine Indikation, dafür sehr früh auf den Markt. Nach der zentralen Marktzulassung auf EU-Ebene werden dann von den Herstellern Daten nachge-

fordert. Im Anschluss können durch weitere Studien und Prüfungen die Wirkstoff-Indikationen erweitert werden. Aktuell sind bei der EMA laut Broich 34 Arzneimittel für solch eine „adaptive Zulassung“ vorgeschlagen, zehn davon hätten bereits das Okay der Behörden.



## „Keine rationale Preisgestaltung“



Wahrscheinlich sind Innovationen nirgendwo so lebenswichtig wie im Arzneimittelsektor. Wie viele Menschen wären weiterhin gestorben, hätte Alexander Fleming 1928 nicht die antibiotischen Wirkungen des Penicillins entdeckt! Fleming war seinerzeit noch eine Ausnahme. Heute scheinen Arzneimittelinnovationen Alltag zu sein. So erhielten 2013 mehr als 80 neue Humanarzneimittel eine Marktzulassung – es gab also alle 4,5 Tage ein neues Medikament. Den größten Anteil hatten Krebsmedikamente mit 16 Präparaten, von denen allerdings nur zwölf wirklich einen neuen Wirkstoff enthielten.

Bei weitem nicht jedes neue Medikament ist tatsächlich innovativ. Eine ganze Reihe neuer Medikamente erlaubt weder eine neue Behandlung noch bringt sie Patienten irgendwelche Vorteile. Dies ist dem „Innovationsreport 2015“ der Techniker Krankenkasse (TK) zu entnehmen, an dessen Erstellung die Universität Bremen beteiligt war. Mit vermeintlichen Innovationen versuchten Pharmaunternehmen vielmehr, gute Preise auf dem Markt zu er-

zielen, kommentierte der Bremer Professor Gerd Glaeske.

Die Autoren der Studie verweisen in diesem Zusammenhang auch auf die US-amerikanische Food and Drug Administration (FDA). Die untersuchte zwischen 2009 und 2013 „neue“ Krebsmedikamente. Dabei fand sich *„keine Korrelation zwischen der Höhe der vom pharmazeutischen Unternehmer verlangten Preise und des Innovationsgrades“*. Die These, dass neue Medikamente wegen der hohen Ausgaben für Forschung und Entwicklung oft exorbitant teuer sind, wurde widerlegt. Die Preisgestaltung erfolge sehr häufig nicht rational. Verlangt werde vielmehr, was der Markt zu zahlen bereit sei. Unterm Strich gehe es um Profitmaximierung.

## Infames Gebaren von Gilead

Ein Beispiel von vielen: Das neue Medikament Sofosbuvir für Patienten mit Hepatitis C, das Ende 2013 vorgestellt wurde. Dieses Mittel bietet tatsächlich eine immense Heilungschance. Leberzellkarzinome und Transplantationen können damit Prognosen zufolge in hohem Umfang vermieden werden. Allein in Deutschland könnten 300.000 Menschen von diesem Medikament

profitieren. In Schwellen- und Entwicklungsländer leben Millionen potenzieller Patienten.

Dem TK-Report zufolge wurden die reinen Herstellungskosten für Sofosbuvir mit 136 US-Dollar für eine zwölfwöchige Therapie berechnet. Bei Massenproduktion kosten 28 Tabletten in der Herstellung wahrscheinlich höchstens 45 Dollar. Abgegeben werden sollten 28 Tabletten in Deutschland jedoch für den gigantischen Preis von 16.270 Euro.

Daraufhin rief der Spitzenverband der Gesetzlichen Krankenversicherung die Schiedsstelle an. Dies ließ den Preis rückwirkend zum Januar 2015 auf 14.521 Euro sinken. Der Apothekenverkaufspreis, der Handelsaufschläge und Mehrwertsteuer enthält, liegt allerdings deutlich darüber. Aktuell müssen knapp 20.000 Euro für eine Therapie bezahlt werden – pro Pille rund 700 Euro.

Dieser Preis für die Behandlung einer bis dato unheilbaren Krankheit ist menschenverachtend, weiß der Hersteller doch genau, dass die Gesundheitssysteme daran zerbrechen. So geht der Gemeinsame Bundesausschuss (G-BA) von 100.000 deutschen Patienten mit chronischer Hepatitis C auf, die das Medikament benötigten. Würden alle die-

se Patienten behandelt, würde dies fünf Milliarden Euro kosten. Insgesamt geben die Krankenkassen pro Jahr allerdings nur rund 31,5 Milliarden Euro aus.

Hergestellt wird Sofosbuvir von Gilead Science, einer der Börsenstars in der Biotech-Szene. Alleine mit der neuen Hepatitis C-Therapie konnte Gilead Science 2014 seinen Umsatz um zwölf Milliarden US-Dollar verdoppeln. Der Nettogewinn der Firma stieg von 3,1 Milliarden Dollar 2013 auf 12,1 Milliarden Dollar 2014. Die Nichtregierungsorganisation „Ärzte der Welt“ erhob nun beim europäischen Patentamt Einspruch gegen das Patent für Sofosbuvir, um eine gerechtere Preisgestaltung zu erreichen. 

### Zur Autorin Pat Christ



Pat Christ, Jrg. 1970, Magister in Kulturgeschichte an der Uni Würzburg. Seit 1990 als freischaffende Foto- und Textjournalistin tätig. Schwerpunkte: Berichterstattung aus Kultur, Bildung, Wirtschaftsethik und Wissenschaft. Zeitschriften und Magazine: Main-Echo, Bayerische Gemeindezeitung, Kulturmagazin Leporello, Stadtmagazin „Der Kessener“.