



Wo sind die digitalen Revolutionäre?

Die digitale Revolution ist eines der meistzitierten Buzz Words dieser Zeit. Aber was sich wirklich dahinter verbirgt, wird wesentlich seltener gefragt und noch viel seltener auf seine Implikationen hinterfragt, die über die nackte Technik hinausgehen. Wenn wir im OBJEKTSpektrum ein Heft zur Digitalisierung machen, dann berichten wir natürlich über Technologien wie Blockchain, über Organisation und Führung im digitalen Geschäft.

Besonders beeindruckt mich persönlich aber der Artikel von Kerstin Dittert über Folgen der Digitalisierung für die Arbeitswelt. In ihrem Artikel wird deutlich, wie einschneidend die Veränderungen der Machtverhältnisse in digitalisierten Märkten sind.

Die Herrscher in der digitalen Welt sind nicht mehr die Besitzer der klassischen Produktionsmittel. Die digitalen Produktionsfaktoren, die die Macht und damit das Geld beherrschen, sind Algorithmen, Kommunikationskanäle und Daten.

Im Investmentbanking haben beispielsweise diejenigen Banken in den letzten Jahren einen Sprung nach vorn geschafft, die gute Trading-Algorithmen für wirklich automatisierte schnelle Börsentransaktionen entwickelt haben. Facebook versucht seit Jahren, in aller Konsequenz die digitalen Kommunikationskanäle zu beherrschen, und beispielloser Beherrscher der Daten ist Google, das gerade auf dem Sprung ist, diese Daten zur Revolution im Markt der Mobilität zu nutzen. Um den sich anbahnenden Umbruch in der Mobilitätsbranche zu beschreiben, braucht man aber gar nicht auf das prominente Google zu schauen, nicht mal auf den viel beachteten Ansatz von Tesla, der Automobil sehr konsequent als Datengeschäft versteht und betreibt.

Wir haben da stattdessen mal auf FlixBus geschaut und den jungen CIO dieses Busunternehmens interviewt, das eben keinen einzigen Bus besitzt. So wie AirBnb kein einziges Apartment besitzt.

FlixBus beherrscht inzwischen sehr erfolgreich den Webvertriebskanal von Reiseleistungen und die flexible Steuerung von Subunternehmern. Und lässt die traditionsreiche Bahn dagegen erst mal alt aussehen. Spannend ist dabei, ob ein viel schwergewichtigerer Wettbewerber wie die Bahn mit seiner digitalen Gegenoffensive dagegen halten kann, ebenso wie Rewe es derzeit erfolgreich im digitalen Handel versucht. In der öffentlichen Diskussion um einen anderen Player im Mobility-Markt, Uber, ist in der letzten Zeit nämlich auch deutlich geworden, dass die digitale Revolution eben auch deshalb wirtschaftlich so erfolgreich ist, weil sie sich an sozialen Standards für seine Leistungserbringer vorbeimogelt, die die Bahn um Dimensionen übertrifft, selbst wenn sie ihrer Lokomotivführergewerkschaft kein einziges Zugeständnis machen würde. Der große auch volkswirtschaftliche Nutzen der Ubers dieser Welt ist bessere Auslastung meist bislang privat genutzter Ressourcen, indem diese in den Wirtschaftskreislauf integriert werden. Eigentlich realisieren sie damit eine Art digitale Genossenschaft.

Anders betrachtet sind diese Unternehmen aber neue digitale Feudalherren, die die eigentlichen Leistungen durch digitale Tagelöhner, nein Stundenlöhner global einkaufen und damit soziale Standards in den Industrienationen unterlaufen, wie Kerstin Dittert plausibel beschreibt. Die phänomenal hohen Gewinne schöpfen die neuen Feudalherren ab, die Mittelschicht wird nicht nur nicht beteiligt, sie verliert auch soziale Zuversicht. Das wiederum lässt die rechten Verführer mit rückwärtsgerichteten Versprechen zur Restauration einer nicht restaurierbaren nationalen heilen Welt aufkommen, sodass jetzt sogar der G20-Gipfel, der beileibe nicht zu den sozialen Vorreitern der letzten 20 Jahre gehört, zu dem Schluss kommt: „Die Vorteile des Wirtschaftswachstums müssen breiter verteilt werden.“ So heißt unser Appell zur digitalen Revolution: Verteilt die Gewinne des digitalen Geschäfts gerecht auf alle Beteiligten, sowohl innerhalb der Volkswirtschaften als auch zwischen ihnen, und konzentriert Euch auf das volkswirtschaftliche Potenzial der digitalen Revolution wie der digitalen Genossenschaftsidee, dann wird das digitale Zeitalter wahrhaft revolutionär.

Ihr Thorsten Janning
Chefredakteur