

Ludwig-Erhard-Symposium 2015 am 04.02.2015 in Berlin:

„Wohlstand für alle – Soziale Marktwirtschaft in Zeiten der digitalen Revolution“

Alles wird anders. – Oder gefährdet die Digitalisierung die Soziale Marktwirtschaft?

Karl-Heinz Land

neuland – „Digital Darwinist & Evangelist“

Ich freue mich, auf dem Ludwig-Erhard-Symposium sprechen zu dürfen. Mein Thema lautet: Digitaler Darwinismus. Charles Darwin hat die Evolutionslehre begründet. Und Evolution ist nicht unbedingt etwas Schönes. Evolution, da geht es um „Survival of the Fittest“: Adapt or die – Passe dich an oder stirb! Der Evangelist ist im Neuen Testament der Überbringer der frohen Botschaft. Ich habe auch eine frohe Botschaft: Du kannst etwas tun! Die schlechte Botschaft ist: Du musst auch etwas tun! Denn dass das alles, was diese neue schöne digitale Welt mit sich bringt, an uns vorübergehen möge, das brauchen wir nicht zu hoffen. Hoffnung ist da keine Strategie. Ich habe gemeinsam mit Herrn Professor Dr. Kreuzer, der heute auch im Podium sitzt, ein Buch geschrieben: „Digitaler Darwinismus – Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke“. Und für heute habe ich daraus den Titel abgeleitet: „Alles wird anders. – Oder gefährdet die Digitalisierung die Soziale Marktwirtschaft?“

Digitalisierung und Automatisierung verändern unsere Gesellschaft

Zwei Kernthesen haben Professor Kreuzer und mich bewegt, dieses Buch zu schreiben. Sie beruhen auf der Grunddefinition des Darwinismus: Wenn Technologie und Gesellschaft sich schneller ändern, als Unternehmen in der Lage sind, sich an diese geänderten Bedingungen anzupassen, dann kommt es zum Darwinismus, dann kommt es zum Aussterben. Die erste These, die daraus folgt und die uns in diesem Buch getrieben hat, lautet: Alles, was sich digitalisieren lässt, wird mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit digitalisiert werden. Das hat auch ökonomische Gründe: Seit etwa 1995 ist es günstiger, ein Datum auf einer Festplatte zu speichern als auf einem Stück Papier, und man kann es natürlich besser teilen: „sharen“. Die zweite Kernthese ist: Alles, was sich automatisieren lässt, wird automatisiert werden. Gerade diese Kombination zwischen Digitalisierung und Automatisierung – wenn Dinge erst mal digitalisiert sind, lassen sie sich auch wunderbar automatisieren –, ist das, was sich in unserer Gesellschaft und auch im Arbeitsleben ändern wird.

Ich habe Ihnen ein Bild mitgebracht von einer Papstaudienz im Jahr 2005 und im Jahr 2013. Es geht mir nicht darum, dass Sie den Unterschied feststellen, dass auf dem Bild von 2013 alle Besucher Handys und Tablets hochhalten. Wer geht denn eigentlich nochmal zu einer Papstaudienz? Sind das die 12- bis 17-Jährigen? Eher nicht! Das sind Menschen wie Sie und ich. Wir haben in diesen wenigen Jahren unser eigenes Verhalten so radikal geändert. Wir sind das, die diese Änderung herbeigeführt haben. Das muss jeder für sich erkennen. Das alles, worüber ich heute spreche, das gab es vor acht Jahren noch nicht. Dieses kleine Gerät, von dem man Ihnen in den letzten acht Jahren erzählt hat, es sei ein

Telefon, ist ein Computer. Damit kann ich auch telefonieren, zwar mehr recht als schlecht seit dem letzten Update, aber prinzipiell geht es. Dieses Gerät hat unser Leben extrem nachhaltig verändert und wird das vermutlich auch noch weiter tun.

Grenzen des technologischen Fortschritts

Der technologische Fortschritt ist nur noch eingegrenzt durch unsere Vorstellungskraft und unseren Willen. Es ist fast alles möglich. Ray Kurzweil, einer der führenden Wissenschaftler in den USA, hat vor einigen Jahren ein Beispiel gebracht: Er hat den technologischen Fortschritt verglichen mit Moore's Law. Moore's Law ist ein Gesetz, das Mr Moore vor etwa 25 Jahren verkündet hat. Damals hat er vorausgesagt, die Prozessordichte werde sich alle 18 bis 24 Monate etwa verdoppeln, und damit die Rechnerleistung, die Speicherkapazität und so weiter. Dieses Gesetz gilt seitdem. Und Ray Kurzweil hat das auf ein Bild übertragen, das uns darstellen kann, wie schnell und nachhaltig diese technologische Veränderung ist. Er hat eine alte Weise gebracht vom Chinesen, der zum Kaiser ging und ihm angeboten hat, eine Wette auf das Schachbrett mit dem Reiskorn abzuschließen. Der Chinese sagte zum Kaiser: Ich setze auf jedes Feld ein Reiskorn und Du verdoppelst das immer; auf dem ersten Feld ist es ein Korn, dann zwei, dann vier, dann acht und so weiter, und auf dem 16. Feld haben wir etwa 400 Gramm Reis. Auf dem 37. Schachbrett haben wir 600 000 Bruttoregistertonnen Reis, und auf dem 64. Schachbrett haben wir die Fläche Deutschlands 2.065 Meter hoch mit Reis bedeckt. In der Computertechnologie nach Moore's Law befinden wir uns auf den Feldern – wir wissen es nicht genau – 35 bis 37.

Warum gab es denn das iPhone nicht schon früher? Warum gab es autonomes Fahren nicht schon früher? Warum hat künstliche Intelligenz vor acht Jahren noch nicht funktioniert? Wir müssen verstehen, dass wir jetzt in einer Welt leben, die nur noch mit nicht-linearen Systemen verglichen werden kann und die exponentiell wächst. Von diesem kleinen Gerät, das ich Ihnen gerade gezeigt habe, gibt es auf der Welt inzwischen über zwei Milliarden Stück, also etwa 8- bis 10-mal so viel wie Computer, und die Zahl ist steigend. Und um eine andere Zahl zu nennen: Facebook wächst heute in 119 von 123 Ländern und betreibt jetzt schon einen gewaltigen Verkehr im Internet. Wenn wir uns dann mal ein paar Fakten angucken: Auf der Welt leben knapp 7,3 Milliarden Menschen. Wir haben gerade schon mal gehört, dass knapp drei Milliarden, also rund 41 Prozent der Weltbevölkerung, inzwischen Zugriff auf das Internet haben, und etwa zwei Milliarden sind in sozialen Netzen organisiert, also Facebook, Twitter, LinkedIn oder Xing. Es gibt auf diesem Planeten etwa genauso viele Mobilfunkgeräte wie Menschen. Und auch in der Dritten Welt haben wir inzwischen eine Mobilfunkabdeckung, die nicht unerheblich ist.

Ludwig Erhard hat einmal gesagt: Unsere Wirtschaftspolitik dient dem Verbraucher; er allein ist der Maßstab und der Richter über unser wirtschaftliches Tun. Heute ist der Kunde König. Das war er eigentlich schon immer, aber er will jetzt auch so behandelt werden. Man muss sich klarmachen, was das heißt, wenn dieser Kunde, dieser „always connected“ und informierte Kunde, heute mit den Unternehmen in Kontakt tritt, und welche wirtschaftlichen Auswirkungen das hat. Das Kundenverhalten hat sich geändert. Wie gesagt: Der Kunde war schon immer König, aber er will jetzt auch so behandelt werden. In unserem Buch haben Professor Kreuzer und ich das beschrieben mit der Erwartungs-

haltung des „Ich-alles-sofort-und-überall-Prinzips“. Dieser Kunde will angesprochen werden, er will maßgeschneiderte Produkte, er will personalisierte Ansprache, er möchte beste Qualität – und das alles sofort und überall. Das ist unser eigenes Anspruchsdenken. Das ist das, was wir heute erwarten. Und diese Veränderung findet sehr nachhaltig statt.

Die dritte Stufe der industriellen Revolution

Ich habe Ihnen einen kurzen Filmmitgebracht. Er zeigt, was passiert, wenn Kinder mit einem Medium wie einem Tablet umgehen und dann kurze Zeit später mit einem Medium wie einer Zeitung. Schauen Sie sich an, was die Kinder mit der Zeitung machen, und achten Sie besonders auf die Handwischbewegung dieser Kinder. Das ist irgendwie kaputt, geht nicht. Sehen Sie die Zoom-Bewegung mit Daumen und Zeigefinger? Defekt, irgendetwas ist hier kaputt. Jetzt wird noch mal gecheckt – schauen Sie mal, wo die Kleine den Finger hin tut, mitten dahin, wo eigentlich der Button beim Tablet wäre. Und jetzt wird der Finger gecheckt: Ist der Finger kaputt? Nein, der Finger ist nicht kaputt, die Zeitung ist kaputt. Naja, Sie lachen jetzt. Wenn Sie Vorstand von einem Zeitungsverlag wären, würden Sie vielleicht nicht mehr lachen. Diese Kinder werden niemals verstehen, dass eine Zeitung kein kaputtes Tablet ist. Das zeigt die Nachhaltigkeit. In unserem Buch haben wir versucht, das in den Kontext zu bringen. Es geht nicht um ein neues Betriebssystem, es geht auch nicht darum, dass wir ein Tablet haben oder ein neues Smartphone. Es geht um die industrielle Revolution.

Ich möchte Sie bitten, mit mir zurückzugehen ins Jahr 1750, als in England die erste Dampfmaschine erzeugt wurde. Damals gab es noch nicht die Verstädterung. Erst mit den Fabriken kamen die Arbeiter, mit den Arbeitern kamen die Siedlungen, und mit den Siedlungen kamen die Städte. Mit der Organisation kamen dann Gewerkschaften. Es entstand der Mittelstand und in der Folge eine breite Mittelschicht. Unser gesamtes Wirtschaftssystem fußt auf der Dampfmaschine. Und das hat in der Konsequenz die sozialen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen in der Gesellschaft deutlich verändert. Und als dann 1892 auf der Weltausstellung in Paris zum ersten Mal das elektrische Licht vorgestellt wurde, da hat das wieder die sozialen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen radikal verändert. Und jetzt hat ein neuer Dampf diese Energiekraft übernommen: Daten. Wir sind in der dritten Stufe der industriellen Revolution angelangt, in der digitalen Revolution. Und diese digitale Revolution wird die sozialen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen wieder radikal, vielleicht noch radikaler als die ersten beiden Revolutionen, verändern.

Manche fragen mich: Gibt es dafür Beispiele? Dann sage ich: Ja! Stellen Sie sich doch mal den arabischen Frühling vor ohne Twitter und Facebook. Da hatten die Menschen nur ein Handy und einen Twitter-Account und konnten sich damit so organisieren, dass sie ein Regime stürzen konnten. Früher, wenn eine Revolution geplant war, dann mussten eine Zeitung übernommen, ein Fernsehsender besetzt oder Propaganda übers Radio gemacht werden. Jetzt reicht es, sich über soziale Medien zu organisieren, um eine Revolution herbeizuführen. Das war Demokratisierung von Medienmacht. Darum geht es eigentlich: Demokratisierung. Und genau die gleichen Mechanismen gelten, wenn es um die Vertriebsmacht, Marketingmacht und Produktionsmacht geht. Denken Sie ans 3-D-Drucken: Wir werden in Zukunft selber Dinge produzieren, selber drucken auf den Gerätschaften, die

wir zur Verfügung haben. Und das wird wieder die sozialen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen radikal verändern.

Folgen der De-Materialisierung

Wie groß und mächtig darf ein Unternehmen wie Google eigentlich sein? Es gibt in den USA inzwischen fünf Unternehmen – Google, Apple und Facebook gehören dazu –, die sind zusammen doppelt so viel wert wie alle Unternehmen im Deutschen Aktienindex zusammen – mit Lufthansa, Mercedes, Deutsche Bank, Audi, VW und Siemens. Die Antwort auf die Frage, was der neue Dampf ist, ist also schon klar. Man kann fragen: Was produzieren denn Google oder Facebook außer Daten? Aber das ist schon längst passiert. Jetzt gehen wir in die nächste Stufe dieser Revolution, die wir De-Materialisierung nennen. All die Dinge, die wir kennen und die uns lieb geworden sind, Schlüssel, Geld, Münzen, Kreditkarten, Tickets, Loyalty-Card-Programme, „de-materialisieren“ und werden zu Software. Was heißt das eigentlich? Darf ich mal fragen: Wer von Ihnen ist schon mal geflogen und hat nur noch einen QR-Code als Ticket auf seinem Handy gehabt? – Okay, fast alle. Wer von Ihnen hat schon mal mit seinem Handy bezahlt? – Okay, das sind weniger. Ich stelle die Frage neu: Wer von Ihnen hat einen iTunes-Account? – Okay, wieder fast alle. Und jetzt frage ich nochmal: Wer von Ihnen hat schon mal mit seinem Handy bezahlt? Sehen Sie, wir tun das alle, wir merken es aber nicht mal mehr. Das ist das Subversive an diesem System.

Wenn alles zu Software wird, dann hat das dramatische Auswirkungen. Ich will Ihnen ein Beispiel nennen, und zwar diesen jungen Mann, der einen Schlüssel herstellt. Wenn der Schlüssel demnächst zu Software wird, was macht der Mann denn dann? Und wenn der Schlüssel nicht mehr hergestellt werden muss, wird die Maschine nicht mehr benötigt, mit der er produziert worden ist. Dann wird auch die Maschine nicht benötigt, die die Teile herstellt, um die Teile herzustellen für die Maschine, die die Schlüssel produziert. Da de-materialisiert ganz schön viel. Wenn wir das so weiterdenken, was heißt das für die Arbeitsplätze? Vorhin wurde die Studie von Frey und Osborne von der Oxford-University schon genannt. Ich habe einen Artikel gefunden in der Zeitschrift „Format“, in dem stand: Die Jobkiller kommen, die Roboter. Das klingt ziemlich bedrohlich. Es ging um eine Studie, in der 702 Jobs genauer untersucht wurden. Erschreckend war, dass es heutzutage ein deutliches Missverhältnis gibt. Früher wurden nur die Jobs automatisiert und rationalisiert, die mit einfachen Tätigkeiten zu tun hatten. Jetzt geht es auch an die Management-Jobs. Das heißt, es werden auch Berufe wegfallen, die heute durch gute Ausbildung im Prinzip stabil sind. Und das ist auch nicht mehr ein lokales Phänomen. Gerade hat Foxconn in China, das Unternehmen beschäftigt 1,2 Millionen Mitarbeiter in der Computerbauteile-Industrie, angekündigt, dass es in den nächsten drei Jahren eine Million Industrie-Roboter beschäftigen wird. Das heißt, das Phänomen, über das wir hier sprechen, ist längst ein globales Phänomen. Auch in China sind von 1996 bis heute in der Produktion über 30 Millionen Jobs übrigens weggefallen.

Früher war Bildung der Garant für Wachstum. Um Kapital produktiver einsetzen zu können, benötigte man in der ersten industriellen Revolution ausgebildete Mitarbeiter. In der zweiten Stufe wurden die Arbeitsschritte unterteilt, um sie besser automatisieren zu kön-

nen. In der dritten Stufe geht es jetzt darum, dass höhere Bildung geringere Bildung verdrängt. Und in der vierten Stufe der Automatisierung wird es ganz sicher darum gehen, dass auch kreative Berufe oder Berufe, die mit sozialen Kompetenzen zu tun haben, betroffen sein werden. Das führt zu etwas, was Wissenschaftler wie Jeremy Rifkin als die Share-Economy oder die Null-Grenzkosten-Gesellschaft bezeichnen, eine Gesellschaft, in der man Dinge sehr schnell automatisieren kann.

Veränderungen in der Arbeitswelt

Ich habe Ihnen einen Artikel mitgebracht. Das ist kein Artikel aus dem Computer-Science-Magazin, sondern ein Artikel aus dem Kölner Stadtanzeiger von vor drei Wochen. Darin geht es um autonomes Fahren. Gerade letzte Woche hat Herr Dobrindt angekündigt, dass er die ersten Teststrecken für autonomes Fahren freigeben wird. Was heißt das, wenn ein Auto autonom fahren kann? Erst einmal ist das eine Folge der Digitalisierung, denn ohne Digitalisierung könnte das Auto nicht autonom fahren. Das hat Konsequenzen: Wenn das Auto erst mal autonom fährt, dann werden auch keine Taxi-Fahrer mehr gebraucht und dann demnächst keine Lkw-Fahrer mehr, denn sie werden mit hoher Wahrscheinlichkeit auch autonom fahren. Das heißt, hier findet bereits eine massive Verschiebung in der Beschäftigung statt, und es wird eine noch massivere Verschiebung stattfinden, auf die wir uns frühzeitig einstellen müssen.

Wenn das so sein wird wie in der Share-Economy, also wie bei einem „geshareten“ Auto, dann wird laut Aussage verschiedener Unternehmen das Verhältnis zwischen Besitzern und Benutzern eins zu fünfzehn sein. Immer mehr Menschen ziehen in die Stadt. Meine Söhne sind 23 und 26, sie leben in Köln. Sie wollen gar kein Auto haben, sie nutzen Car2Go. Was wäre, wenn wir 70 Prozent unserer Autos in Zukunft nicht mehr produzieren müssten? Ein positiver Effekt wäre: Denken Sie mal an die Ressourcen, die wir nicht verbrauchen, die Fabriken, die wir nicht mehr bauen müssen. Denken Sie aber auch mal darüber nach, was das in der Folge heißen würde. Wie viele Millionen Arbeitsplätze könnten von so einer Entwicklung tendenziell betroffen sein? Ich glaube, dass hier ein ganz wichtiger Ansatz ist, wo die Politik frühzeitig eingreifen und sich mit den Dingen auseinandersetzen muss, einfach weil es so exponentiell rasant geht. Wer hätte vor fünf Jahren gedacht, dass Autos mal autonom fahren werden. Und gerade vor drei Wochen sagte mir ein Vorstand von Mercedes: „Herr Land, glauben Sie mir, in fünf Jahren fahren die Autos autonom und die Lkw vielleicht sogar noch früher.“

Aber auch in anderen Bereichen tritt der Computer ein, zum Beispiel der Watson, ein Computer, den IBM hergestellt hat. Und IBM hat ein Computerprogramm geschrieben, das zum Beispiel Ärzten hilft, nach bestimmten Symptomen zu suchen. Wenn also während eines Meetings von Ärzten bei einer Million Patienten nach einer bestimmten Symptomatik gesucht werden muss, dann kann Watson innerhalb von 15 Sekunden mal eben eine Million Krankenakten oder 100 Millionen Geschäftsberichte durchforsten. Damit wird klar: Die Leute, die früher diese Suche gemacht haben, die werden wir mit hoher Wahrscheinlichkeit in Zukunft nicht mehr brauchen. Auf der anderen Seite muss man auch ganz nüchtern sagen, dass die Menschen 1825 im Schnitt über 80 Stunden in der Woche gearbeitet haben. Heute arbeiten wir um die 38,5 Stunden pro Woche. Und wenn die Hälfte der Arbeit weg ist, dann arbeiten wir eben nur noch 25, 20 oder 15 Stunden die

Woche. Wir müssen uns nur klarmachen, was das für die sozialen, politischen und ökonomischen Systeme heißen würde. Ich könnte durchaus mit einer 20-Stunden-Woche leben. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, aber man darf das nicht so finster zeichnen.

Ist Deutschland bereit für die Digitalisierung?

Wie ist Prosperität in den letzten Hunderten von Jahren in Deutschland überhaupt entstanden? Prosperität und wirtschaftliches Wachstum fanden zu Beginn an den Verkehrswegen statt. Die ersten Verkehrswege waren die Wasserwege. Der Rhein war in Deutschland der bedeutendste Fluss, und damit lagen alle reichen Städte entlang des Rheins. Dann wurden Autobahnen gebaut, sie wurden das Drehkreuz für Prosperität. Überall dort, wo die großen Autobahnkreuze waren, waren die wohlhabenden Städte, die Industriezentren. Denken Sie nur ans Ruhrgebiet. Und jetzt wird das Netz zur Infrastruktur. Wenn das Netz die Infrastruktur ist und all die Dinge, die wir heute so machen – von Bezahlen über Buchen von Flugtickets bis hin zu 3-D-Drucken –, über dieses Netz passieren, dann müssen wir sicherstellen, dass dieses Netz optimal ausgebaut ist. Ich kann Tim Hötting von der Telekom nur unterstützen, der sagt: „Ja, wir würden gern noch mehr ins Netz stecken, aber wir müssen dann auch Maut dafür erheben dürfen.“ Das heißt, man muss auch der Politik zugestehen, dass sie die Wirtschaft entsprechend unterstützt.

Ich habe ein paar Kernzahlen mitgebracht. In etwa fünf bis sechs Jahren werden 30 Milliarden Dinge im Internet miteinander sprechen und werden Industrie 4.0, oder wie ich immer sage, Wirtschaft 4.0 ermöglichen. Das „Internet der Dinge“ wird zu diesem Zeitpunkt etwa 1,9 Billionen Dollar Wertschöpfung produzieren. Die Hälfte dieser Aktivitäten wird von Start-Ups wie beispielsweise Uber durchgeführt werden, von Start-Ups, die heute vielleicht noch nicht einmal gegründet sind, die zweite Hälfte von den anderen etablierten Unternehmen. Und 80 Prozent dessen, was da produziert werden wird, wird kein Produkt sein im herkömmlichen Sinne, sondern Software, eine Dienstleistung, ein Service. Wir müssen, speziell am Standort Deutschland als Exportweltmeister, wir müssen heute so in Software denken, wie wir früher in Maschinen, Autos und Anlagen gedacht haben. Ich habe mit Herstellern von Ventilatoren gesprochen, die sagen, dass heute beim Ventilator 50 Prozent der Entwicklung nicht mehr Hardware, sondern Software sind. Und das gilt für alle Bereiche. Und manche Bereiche – nochmal das Beispiel mit dem Schlüssel – werden vielleicht komplett ersetzt werden.

Wir bei neuland beraten Unternehmen in Fragen der digitalen Strategie und Transformation. Und wir haben uns mal angeschaut, wie „ready“ Deutschland denn digital ist? In einer gemeinsamen Untersuchung mit der Wirtschaftswoche haben wir festgestellt, dass es große Unterschiede gibt. Wir haben auch festgestellt, dass es sehr große Bandbreiten gibt. Im Handel beispielsweise sind ein paar sehr gut, aber auch ein paar sehr schlecht. Dann haben wir gefragt: Was heißt das denn eigentlich? Im Oktober vorletzten Jahres haben wir dann einen Index aus dem Handel veröffentlicht. Eine Woche vorher hatte Praktiker Insolvenz angemeldet, und Promarkt befindet sich seitdem eigentlich in der Auflösung. Wir haben uns die Frage gestellt, ob Deutschland wirklich „ready“ für diese digitale Welt ist. Haben wir das Rüstzeug dafür? Und gibt es eine Verbindung zwischen wirtschaftlichem Erfolg und digitaler Readiness oder, wie ich immer sage, Fitness?

Überzogener Datenschutz in Deutschland

Und dann sind wir auf eine Studie gestoßen vom Massachusetts Institute of Technology in Boston, die ein paar interessante Zahlen geliefert hat. Die Wissenschaftler haben 400 Unternehmen untersucht, ob sie „digital safe“ sind. Wie sicher sind sie in den Dingen, die sie tun? Festgestellt wurde, dass Unternehmen, die digital safe sind, im Schnitt neun Prozent mehr Umsatz machen, um 26 Prozent profitabler sind und eine zwölf Prozent höhere Bewertung am Markt haben. Da haben wir uns gefragt, warum Unternehmen, die digital safe sind, so viel mehr wert sind bzw. warum sie so viel effizienter sind. Ich will Ihnen das erklären am Beispiel Henry Ford. Henry Ford hat weder das Automobil noch das Fließband erfunden, aber er hat die Serienfertigung des Automobils auf dem Fließband erfunden. Das hatte drei signifikante Nebeneffekte: Der erste Nebeneffekt war, dass das Auto deutlich schneller produzierbar wurde. Es lief ja jetzt wie am Bändchen: keine Einarbeitung, keine Übergabezeiten, keine Standzeiten mehr, und so weiter. Der zweite Effekt war, dass die Qualität des Autos deutlich stieg. Es wurden weniger Fehler gemacht – mehr Routine, immer wiederkehrende Arbeiten, es wurde nichts mehr vergessen. Der dritte Effekt war, dass das Auto deutlich günstiger wurde. Vorher war ein Auto etwas für Könige und für reiche Unternehmer, jetzt konnten sich Henry Fords Mitarbeiter selber ein Auto kaufen. Das war ein Quantensprung. Derselbe Effekt setzt ein, wenn Unternehmen digitalisieren. Das ist wie beim Bankautomaten: Früher hat der Mann hinter dem Schalter die Arbeit gemacht. Wenn Sie nun Onlinebanking machen, machen Sie selber die Arbeit.

Ich habe hier ein Thema aufgemacht: Privacy und Service, also Privatheit und Service. Wir müssen uns klarmachen, dass Privacy und Service zwei Seiten derselben Medaille sind. Wir fangen in Deutschland immer wieder gern mit Datenschutzerklärungen an und versuchen Daten zu schützen. Ich finde es verrückt, dass Toll Collect die bei der Abrechnung von Lkw-Maut erhobenen Daten nicht verwenden darf, um Stauvorhersagen zu machen. Einerseits schiebt man einen Riegel vor Dinge, die man nicht verriegeln sollte. Und auf der anderen Seite werden Potenziale nicht genutzt, die ökonomische Folgekosten vermeiden könnten: Jede Stauvermeidung würde ich weiß nicht wie viele Millionen Liter Spritverbrauch einsparen. Auf der einen Seite ist unsere schon fast manische Angst vor ungeschützten Daten wahrscheinlich oft überzogen. Und auf der anderen Seite entscheidet letztendlich der Konsument, so wie auch Ludwig Erhard gesagt hat. Der Konsument ist der Richter über das, was gemacht wird. Denn in Zukunft werden Unternehmen immer stärker am Vertrauen ihrer Kunden gemessen. Digitalisierung bedeutet schließlich auch Transparenz. Und wenn ein Unternehmen das Vertrauen seines Kunden verloren hat, dann wird es in der digitalen, in der transparenten Welt für dieses Unternehmen nicht ganz einfach. Aus Kunden-Touchpoints müssen Kunden-Trustpoints werden, Vertrauenspunkte, weil nur so werden Unternehmen in Zukunft punkten können.

Ein Appell an alle

Wir müssen uns die Fragen stellen, was heißt das sozial, was heißt das politisch, was heißt das ökonomisch? Jeremy Rifkin geht so weit, dass er fragt: Ist das das Ende des Kapitalismus? Ist das das Ende unseres Wirtschaftssystems? Wenn wir alles miteinander teilen – Autos, Zimmer –, was bedeutet das für uns? Was sind die ökonomischen Folgen? Was müssen wir tun? Und ich habe Appelle an alle Beteiligten:

■ An die Unternehmer: Nutzen Sie Ihre Chancen! Digitalisierung ist eine enorme Chance. Das erleben wir auch bei Unternehmen wie Google, Uber und Facebook. Es gibt viele gesunde Mittelständler, die ihre Chancen heute nicht nutzen. „Think big“ und „think global“, das wurde auch vorhin von Matt Brittin genannt. Das finde ich ganz wichtig. Nichts gegen Helmut Schmidt, ich mag ihn sehr gern, aber er hat mal gesagt, jemand, der eine Vision habe, der müsse zum Arzt gehen. Das ist falsch, das sollte man nicht sagen. Wir brauchen Visionen in Deutschland. Entwickeln Sie selber Visionen! Werden Sie digital safe!

■ An die Politik: Wir brauchen mehr Beweglichkeit. Wir brauchen mehr Diskussionen auf Augenhöhe. Wir müssen uns nicht vor den Amerikanern verstecken, aber wir brauchen vergleichbare Regelwerke. Es kann nicht sein, dass Google, Facebook und Apple alles mit den Daten machen können und wir selber wie beim Beispiel Toll Collect gar nichts. Was ist denn demnächst mit dem „connecteten“ car? Wem gehören denn die Daten, die das Auto produziert, um mir zu sagen, wo der nächste Stau ist? Darum müssen wir uns Gedanken machen. Es müssen gleiche Regeln für alle Marktteilnehmer gelten. Und wir brauchen ein flächendeckendes Netz, das bis in den letzten Zipfel der Republik reicht. Wenn wir das nicht haben, werden die ersten Unternehmen 10 oder 15 Kilometer umziehen müssen, um an den Anschluss zu kommen.

■ An den Konsumenten: Vergessen Sie nie, dass Sie die Macht haben! Der Konsument entscheidet, mit wem er letztendlich Geschäfte macht. In einem transparenten Markt, in dem Vertrauen die neue Währung ist, entscheidet der Konsument. Und deshalb glaube ich, dass wir gut aufgestellt sind, wenn wir offen auf diese Dinge zugehen, uns kritisch damit auseinandersetzen und uns klarmachen, dass es nicht ohne Schmerzen ein neues Wirtschaftssystem geben wird. So eine Reformation, wie wir sie in den nächsten wahrscheinlich 10, 15, vielleicht 20 Jahren erleben werden, haben wir in den letzten 100 oder 200 Jahren nicht erlebt. Das wird nicht ohne Schmerzen gehen, das wird auch nicht ohne Folgen bleiben. Und es wird vermutlich Opfer geben – das hat es ja bei Darwin auch.