

Workshop 2 \

Wachstumstreiber Digitalisierung – wie kann Deutschland zu den führenden Nationen aufschließen? Dr. Nina Czernich, ifo Institut

Wo steht Deutschland im internationalen Vergleich im Bezug auf Digitalisierung? Diese Frage zeigte ihren rhetorischen Charakter durch die zweite Frage, die Frau Dr. Czernich gleich zum Start ihres Workshops, anschloss: Wie kann Deutschland zu den führenden Nationen aufschließen? Und so nahm die promovierte Volkswirtin vom Ifo-Institut die Kolleginnen und Kollegen des voll besetzten Workshops mit auf eine Reise quer durch wirtschaftliche Themenbereiche, die von Digitalisierung stark beeinflusst werden oder die Digitalisierung vorantreiben können. Dabei ging Frau Dr. Czernich auch immer auf die Arbeitstechniken bei der Analyse und Aggregation von Daten sowie konkreten Lehrplanbezügen ein.

Im ersten Teil ihres Workshops stellte Frau Dr. Czernich den Istzustand der digitalen Infrastruktur vor, welcher die Grundlage des Prozesses der Digitalisierung eines Landes darstellt. Im E-Government Development Index der UN, der Auskunft über den Stand der Digitalisierung eines Landes und deren Verwaltung gibt, erreicht Deutschland einen guten Platz. Da diese Platzierung aber auf aggregierten Unter-Indizes besteht, zeigte Frau Dr. Czernich an diesem Beispiel die Notwendigkeit der Analyse derartig kumulierter Daten. So fußt das gute Abschneiden Deutschlands dabei vor allem auf dem enthaltenen Human Kapital Index (digitale Kompetenzen und Bildungsstände der Menschen) sowie der Telekommunikationsinfrastruktur des Landes. Beim Online Service Index, der Auskunft über die digitalen Angebote der Verwaltung gibt, findet sich Deutschland allerdings nur auf Platz 59. An diesem Beispiel betonte Frau Dr. Czernich die Notwendigkeit der differenzierten Betrachtung aggregierter Daten und der Behandlung dieser Thematik im Unterricht. Hier zeigte sich auch schon der erste wichtige Lehrplanbezug. In der 10. Jahrgangsstufe am WWG findet sich in der zweiten Kompetenz die Analyse und Aufarbeitung von Daten der deutschen Wirtschaft. Frau Dr. Czernich gab hier Hinweise aus ihrem Arbeitsalltag im Hinblick auf die Auswertung großer Datenmengen. So sollte sich bei aggregierten Daten immer die Frage gestellt werden, welche Datenbasis oder Einzelindikatoren sich dahinter verbergen. Dieser Überlegung muss bereits bei der Auswahl von Kennzahlen besonderer Beachtung geschenkt werden, da diese nur zielführend sind, wenn auch die beinhalteten Werte transparent, korrekt und aussagekräftig sind.

Nach einer angeregten Diskussion zu weiteren Digitalisierungsrankings wie die Anzahl der Internetanschlüsse und LTE-Abdeckung stellte Frau Dr. Czernich einen besonderen Innovations- und Digitalisierungstreiber vor: Unternehmensgründung bzw. Entrepreneurship. Und auch dieses Thema war für die Kolleginnen und Kollegen brandaktuell. Im Lehrplan Plus hat das Thema Unternehmensgründung Einzug in die Lehrpläne aller Ausbildungsrichtungen im Fach Wirtschaft und Recht gehalten. Die digitale Transformation mit neuen Technologien und Innovationen eröffnet jungen Unternehmen Chancen für neue Geschäftsmodelle und das Erschließen neuer Märkte. Disruptive Innovationen krepeln aber auch ganze Märkte und Branchen um. Besonders wichtig ist dieses Thema, da junge Unternehmen oder Spin-Offs von Forschungseinrichtungen die Innovation und Digitalisierung besonders stark vorantreiben und damit eine zentrale Bedeutung in Wirtschaft und Gesellschaft einnehmen.

Statistisch liegt Deutschland beim Anteil der Neugründungen an der Gesamtanzahl der Unternehmen mit 8 % nur auf Platz 17 im europäischen Vergleich. Eine Steigerung dieses Werts war in den letzten Jahren und ist prognostiziert für die nächsten Jahre in Deutschland nicht erkennbar. Hier wird Potential für Digitalisierungsfortschritte durch neue Produkte und Dienstleistungen aber auch im Bereich Arbeitsablauf- und Prozessneugestaltungen vergeben. Gründe für diesen Mangel lassen sich zum einen in der schwächeren Gründungsmentalität in Deutschland finden. Die besonders ausgeprägte Angst vor Scheitern, die niedrig eingeschätzten Kompetenzen zur Gründung sowie der fehlende Wille zur Innovation sind nach Auswertung des Ifo-Instituts zentrale Gründe innerhalb der Gesellschaft, die einer Unternehmensgründung entgegenstehen. Zum anderen schätzen Experten die Rahmenbedingungen für eine Gründung im Hinblick auf Zugang zur Finanzierung, Steuern und Abgaben etc. bestenfalls mittelmäßig ein. So stellt auch der relativ kleine Venture Capital Markt, auf dem sich Unternehmen Risikokapital besorgen können, die Junggründer vor Finanzierungsprobleme. Wo in den USA dieser Markt ein Volumen von 0,61 % des BIPs darstellt, ist er in Deutschland mit nur 0,061 % verschwindend gering. Viele Geschäftsideen mit innovativen Neuerungen kommen daher aufgrund fehlenden Kapitals gar nicht zur Gründung.

Frau Dr. Czernich betonte zum Abschluss die Notwendigkeit die Schülerinnen und Schüler auf die Anforderungen einer Unternehmensgründung vorzubereiten und unternehmerisches Denken in jeder Jahrgangsstufe zu verankern. Auch im Hinblick auf die Stärkung der Studien- und Berufsorientierung ein Hinweis, den die Kolleginnen und Kollegen gerne annahmen.

Aufbauend darauf stellte Frau Dr. Czernich das digitale Geschäftsmodell Plattformen und deren Bedeutungen für die Wirtschaft dar. Neben den Größen der Branche Microsoft, Alphabet, Amazon und Apple gibt es noch einige Nischenunternehmen, die aber bei weitem nicht an Marktwert und Umsatz der Big Player herankommen. Ziel ist es bei plattformbasierten Geschäftsmodellen, die Interaktion zwischen den Nutzergruppen zu erleichtern und daraus zusätzliche Wertschöpfung zu generieren. Diese kann in den Bereichen Kommunikation/Social Media (z. B. WhatsApp, Instagram), Handel (z. B. Amazon, Ebay) oder Dienstleistungen (z. B. AirBnB, Uber) erfolgen. Dabei kennzeichnen drei Eigenschaften digitale Plattformen: Der Netzwerkeffekte, eine hohe Skalierbarkeit und die große wirtschaftliche Bedeutung von Daten. Der Netzwerkeffekt bezeichnet den Vorteil für die Verwender, wenn sich mehr Personen in einem Netzwerk befinden. Nutzer:innen können so mit vielen anderen Personen kommunizieren, Käufer:innen und Verkäufer:innen haben einen größeren Markt zur Nachfrage der gesuchten Artikel oder zum Angebot ihrer Waren. Aufgrund dieses Effekts ist es für neue Plattformanbieter schwierig gegen die Größen in diesem Bereich, die bereits ein hohes Nutzeraufkommen aufweisen können, zu bestehen. Darüber hinaus ist den Geschäftsmodellen, die auf digitalen Plattformen beruhen, eine hohe Skalierbarkeit eigen. Handelsplattformen wie Amazon und Ebay bieten generisch erstellte Übersichten und Verkaufsseiten der Produkte an, die für unterschiedliche Produkte in der Struktur nicht divergieren. So können schnell und einfach neue Artikel unterschiedlicher Art eingestellt werden.

Bei Nutzerprofilen, Interessensgruppen und Unternehmensseiten in sozialen Netzwerken ist die analoge Organisation erkennbar. Das Wachstum einer Plattform hängt somit viel weniger von der eigenen Produktion bzw. dem eigenen Warenangebot ab, als von der Zahl ihrer Nutzerinnen und Nutzer. Neue Geschäftsmodelle im Bereich der Plattformökonomie weisen sehr oft diese Skalierbarkeit auf, können diese aber oft nicht umsetzen, da ihnen die Nutzerinnen und Nutzer fehlen. Ein Wachstum des jungen Unternehmens ist daher bereits beim Start oft gehemmt.

Zusätzlich generiert das oftmals hohe Transaktionsvolumen auf Plattformen eine große Menge an Daten. Die gesammelten Daten können beispielsweise verwendet werden, um die Plattform stetig zu verbessern, das Plattformangebot zu erweitern oder neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Auch damit können sich bereits etablierte Plattformunternehmen weiter von der Konkurrenz absetzen.

Netzwerkeffekte, hohe Skalierbarkeit sowie Bedeutung von Daten begünstigen Unternehmenswachstum. Dies ist aus unternehmerischer Sicht wünschenswert, aus marktwirtschaftlicher Sicht aber eine Gefahr von Monopolen und Missbrauch von Marktmacht. Märkte werden von einzelnen US-Giganten, Google (Alphabet), Apple, Microsoft, Amazon, dominiert. Nichts desto trotz konnten sich einige spezialisierte Digitalunternehmen im Wettbewerb zur internationalen Konkurrenz positionieren. Zalando setzte sich mit der Spezialisierung auf ein Marktsegment gegen Amazon, Siemens Mindsphere mit Differenzierung und Individualisierung des Leistungsportfolios gegen Amazon Webservices durch. Die folgende angeregte Diskussion über Plattformökonomie, die Rolle des Staats und die Implikationen für die Gesellschaft leitete perfekt zum letzten Bereich des Workshops über.

Frau Dr. Czernich stellte zum Ende Datenmaterial zur Einstellung der Deutschen zur Digitalisierung und dem Datenschutz vor und klärte über mögliche Folgen auf. Grundsätzlich sehen viele Deutschen die Vorteile der Digitalisierung in allen Lebensbereichen. Gleichzeitig wünschen sie sich aber eine restriktivere Handhabung ihrer Daten. Selbst um die Lage im öffentlichen Verkehr zu entspannen, die Energieeffizienz zu verbessern oder die Situation in Krisensituationen zu beruhigen würden nur sehr wenige Personen ihre personenbezogenen Daten im Hinblick auf Datenschutz und Datensicherheit teilen. Gleichzeitig wollen aber nur 22 % der Befragten eine aktivere Rolle bezüglich der Kontrolle über ihre persönlichen Daten einnehmen. Frau Dr. Czernich wies auf die Nachvollziehbarkeit dieser Einstellung zum Schutz der eigenen Daten hin. Daten können wiederverwendet, kopiert, verschoben und verarbeitet werden. Im Gegensatz zu natürlichen Ressourcen nimmt die Datenmenge und ihr Wert zu, je mehr Daten erhoben und genutzt werden. Trotzdem entstehen durch die systematische Nutzung von Daten, z. B. für die Optimierung von Produktions- und Verwaltungsprozessen oder für neue Geschäfts- und Arbeitsmodelle, große Wachstumspotenziale. Bei der Entscheidung, wie restriktiv Datenschutz gehandhabt wird, sollten daher auch die Kosten berücksichtigt werden, die aus entgangenen Chancen für neue Geschäftsmodelle, effizientere Prozesse oder verbesserte öffentliche Dienstleistungen entstehen. Eine differenzierte Betrachtung des Themas berücksichtigt daher neben dem Datenschutz auch Auswirkungen auf entgangene Wachstumschancen und nicht generierten Wohlstand.

Frau Dr. Czernich lieferte mit ihren Ausführungen nicht nur Stoff für weitere fachliche Diskussionen und viele neue Ideen und Erkenntnisse für den Unterricht, sondern auch einen Einblick in die spannende Arbeit einer Datenanalytikerin. Durch ihre Einführungen in diese Thematik konnten viele Kolleginnen und Kollegen neue Impulse und Blickwinkel für ihren zukünftigen Unterricht mitnehmen.

Johannes Wintermeier