

---

## Mobilitätswende: Öffnet die Datensilos der Konzerne

Von Alexander N. Jablovski

Die Digitalisierung ist Segen und Fluch zugleich. Sie erschafft milliarden schwere Märkte, kann das Klima retten und Krankheiten bekämpfen. Aber sie wird auch Jobs auslöschen. Für neue digitale Berufsbilder wiederum fehlen Leute. Dabei findet man in der Digitalisierung selbst jene Lösungen, die den sozialen Frieden – aber auch den Wirtschaftsstandort Deutschland insgesamt – retten können.

Der Arbeitsmarkt strukturiert sich grundlegend um Allein auf Basis von Verkehrs- und Mobilitätsdaten lassen sich milliarden schwere Geschäfte in den Bereichen Werbung, Handel, Smart City, Entertainment oder Handel aufbauen. Diese Geschäfte könnten Menschen sogar kostenlose Mobilität ermöglichen. Zudem helfen die Daten, die Städte von Verkehr zu entlasten, anstatt einfach nur die Antriebsformen auszutauschen. Doch auf der anderen Seite bedroht die Digitalisierung auch Millionen von Jobs.

So braucht die Produktion eines Elektroautos weniger Personal als die Herstellung von Verbrennern. Manuelle Arbeiten werden branchenübergreifend immer mehr von digitalen Tools und Robotern übernommen. Die ersten Autokonzerne kündigten bereits die Entlassung tausender Menschen an.

Mit Blick auf den gesamten deutschen Arbeitsmarkt rechnet die Boston Consulting Group damit, dass bis 2025 rund 7,7 Millionen Arbeitsplätze automatisiert werden. Gleichzeitig wächst durch die Digitalisierung der Fachkräftebedarf. Nach Schätzungen der Berater könnten dem deutschen Arbeitsmarkt bis 2030 insgesamt rund sechs Millionen Arbeitskräfte fehlen.

Zwar lassen sich keine genauen Schätzungen zur Entwicklung der Arbeitsmärkte abgeben. Klar ist aber, dass der enorme Strukturwandel verstärkte Investitionen in Aus- und Weiterbildung bedarf.

Über 800.000 hochqualifizierte und gut ausgebildete Menschen arbeiten in der deutschen Automobilindustrie. Dieses Potenzial müssen wir nutzen und weiterentwickeln, um Innovationen zu befeuern und den deutschen Autostandort zu stärken. So kann die Krise der Autokonzerne auch ein Befreiungsschlag für zahlreiche kleine und mittelständische Zulieferer sein. Sie können sich von Abhängigkeiten befreien, um zusammen mit anderen Zulieferern neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Dazu benötigt es aber auch ein digitales Bewusstsein.

Doch dies alles wird nicht genügen, wenn wir den Innovationswettbewerb gewinnen und die Kluft zwischen Arm und Reich in Deutschland – aber auch weltweit – verringern wollen.

### Teilhabewirtschaft gegen Ungleichheit?

Um Ungleichheit zu bekämpfen, müssen wir überlegen, wie wir die Menschen an den Profiten der digitalen Wende teilhaben lassen. Zwar fällt in diesem Zusammenhang auch immer wieder die Idee eines Grundeinkommens. Doch dieses bekämpft keine Ungleichheit, sondern behandelt nur deren Symptome.

Der Milliardär Nicolas Berggruen überlegt in eine andere Richtung und bringt dabei die Teilhabewirtschaft ins Spiel: „Stellen Sie sich vor, ein Drittel aller Investitionsgüter gehöre der Gesellschaft, ein Drittel den Arbeitern und ein Drittel dem Kapital.“ In Norwegen etwa

---

erhält jeder Bürger einen Teil der Gewinne aus der Förderung von Rohstoffen wie Öl und Gold. Genauso müssen wir die Menschen an den Gewinnen aus Daten – also datenbasierten Geschäftsmodellen – beteiligen.

Berggruen benennt die Blockchain, eine grundlegende Technologie der digitalen Transformation, als Möglichmacher der Teilhabewirtschaft. Durch sie können Gewinne aus Geschäften transparent und zuverlässig an die Teilhaber transferiert werden. Nehmen wir zum Beispiel eine Carsharing-Fahrzeugflotte: Der Gewinn aus den gebuchten Fahrten ginge dann zu einem Teil an die Firma als Betreiber, zu einem weiteren Teil an die Fahrer und zu einem dritten Teil an die Bürger.

Das Geld würde somit fairer verteilt werden. Und man könnte die Menschen stärker einbinden und motivieren, ihre Zukunft aktiv mitzugestalten.

Teilhabewirtschaft braucht Profite

Doch um eine Teilhabewirtschaft erfolgreich zu realisieren, benötigen wir wettbewerbsfähige Innovationen, die überhaupt erst milliardenschwere Profite ermöglichen, an denen die Menschen dann auch teilhaben können.

Die aktuellen Diskussionen rund um die Mobilitätswende werden jedoch von Themen wie Fahrverbote oder die Rettung der Autokonzerne beherrscht. Derlei Debatten führen in eine Sackgasse. So laufen die deutschen Autokonzerne dem Innovationswettbewerb hinterher. Daher müssen wir darüber sprechen, wie wir Innovationen schaffen, deren Profite fair verteilt werden.

Zwar versuchen die großen deutschen Autokonzerne gerade so eben noch, die Kurve zu kriegen. Beispielsweise schlossen sich die Konkurrenten Daimler und BMW zusammen, um gemeinsame Carsharing-Angebote anzubieten. Die Idee dahinter ist vernünftig: Die Kunden sollen mit nur einer App auf Mietwagen, Taxi, U-Bahn und Busse zugreifen können. Auch das Parken, die Reiseplanung und das Aufladen von E-Mobilen sollen über diese eine App funktionieren. Eine tolle Idee, doch daran arbeiten ausländische Tech-Konzerne und Startups schon längst.

Profite brauchen Innovationswettbewerb

Innovationen brauchen Erfinder- und Pioniergeist – und nicht den Druck aus Richtung der Politik oder internationaler Internetkonzerne.

Wir müssen einen echten Innovationswettbewerb schaffen. Das funktioniert aber nur, wenn wir die Datenmonopole der Tech- und Autokonzerne aufbrechen. Dieses Open Innovation Prinzip kann auch helfen, das Feld nicht amerikanischen oder asiatischen Firmen zu überlassen.

Auf einer solchen offenen Innovationsplattform treiben sich junge innovative Firmen, Konzerne und Hunderttausende Zulieferer der Automobilbranche gegenseitig an. Sowohl im Bereich Mobilität als auch in allen anderen Branchen. Erkennen dann Konzerne neue Märkte nicht, werden diese eben von deren Lieferanten oder Startups besetzt.

Dass wir bei digitalen Geschäftsmodellen und Märkten über offene Innovationsplattformen sprechen müssen, sagte neben der EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager bereits einer der Mitbegründer von Facebook. Chris Hughes kritisiert unter anderem, dass mit Marc Zuckerberg eine einzige Person über die Daten von über zwei Milliarden Facebook-Nutzern bestimmt.

Zwar liegt es in der Natur der Sache, dass erfolgreiche digitale Plattformen, Netzwerke und so auch beispielsweise Mobilitäts-Apps automatisch Nutzer-Monopole bilden. Schließlich werden erst die großen Netzwerke bzw. Plattformen für die Verbraucher interessant, wenn sie zum Beispiel neue Freunde finden oder von A nach B kommen

---

wollen. Doch die Datenpools dahinter müssen für den Innovationswettbewerb offen bleiben. Außerdem müssen wir es den Menschen überlassen, welche Daten sie freigeben und welche nicht.

Die Auto- und Tech-Konzerne sollten fortschrittlichere Startups nicht ausschalten dürfen, indem sie ihre Daten in Silos verstecken oder neu entstehende Konkurrenz einfach aufkaufen.

Hinzu kommt, dass Facebook, Apple, Google und Amazon als auch die asiatischen Netzgiganten gar nicht alle Nutzerdaten sinnvoll verwerten. Kleinere innovationsfreudigere Spezialisten – zum Beispiel in den Bereichen Mobilität oder Smart Home – können dies aber sehr wohl.

Im Grunde lassen sich all diese Gedanken auf sämtliche Branchen übertragen. Würden beispielsweise Pharmakonzerne ihre Daten freigeben, könnte Künstliche Intelligenz im Kampf gegen Krankheiten besser mit Daten gefüttert werden und sich schneller weiterentwickeln.

Doch blickt man auf die heutigen Debatten, sind die analogen Denkmuster politischer Diskussionen viel zu weit von der digitalen Zukunft entfernt. Dabei liefern die Daten zahlreiche Antworten auf aktuelle politische Fragen rund um die Mobilitätswende, den Ausbau der nötigen Infrastruktur und den Kampf gegen die Ungleichheit zwischen Arm und Reich. (ampnet/aj)

---

## Bilder zum Artikel



Alexander Jablovski.

Foto: Auto-Medienportal.Net/UZE



Alexander Jablovski.

Foto: Auto-Medienportal.Net/UZE