



MARKTWIRTSCHAFT IN GEFAHR: KOMMT DIE DIGITALE PLANWIRTSCHAFT?

von Dr. Jörn Quitzau und André Broders

Planwirtschaft und Sozialismus sind im Kern an zwei zentralen Fehlern gescheitert: Die sozialistischen Planer gingen erstens von der irrigen Annahme aus, Menschen würden auch dann volle Leistung bringen, wenn sie für ihren Arbeitseinsatz nicht angemessen entlohnt werden. Und zweitens haben sich die Regierenden angemaßt zu wissen, welche Waren und Dienstleistungen, zu welchem Zeitpunkt, in welcher Menge und an welchem Ort benötigt werden. Die Entscheidungen über die Anordnung knapper Ressourcen wurden also von zentralen Planern getroffen. Die Folge war eine Mangelwirtschaft, in der die Bürger entweder viel Zeit in Warteschlangen verbracht haben oder nicht selten ganz auf bestimmte Waren verzichten mussten. Märkte haben dagegen den Vorteil, dass sie die dezentral verfügbaren Informationen über Kundenwünsche zusammentragen und mittels Marktpreisen die richtigen Signale geben, welche Waren und Dienstleistungen gerade besonders stark benötigt werden. Die Bürger werden dadurch bestmöglich versorgt.

Nach jahrzehntelangem Systemwettbewerb setzte sich die Marktwirtschaft Ende der 1980er Jahre gegen die kollabierende Planwirtschaft durch. Letztlich mussten die Befürworter des sozialistischen Experiments zur Kenntnis nehmen, wie wichtig Anreize für den wirtschaftlichen Erfolg sind und wie begrenzt die Möglichkeiten, die für eine funktionierende Wirtschaft erforderlichen Informationen an einer zentralen Stelle zusammenzutragen. Anreize werden auch künftig unverzichtbar sein. Wie aber steht es mit dem Informationsvorteil der Marktwirtschaft in Zeiten von Big Data und Künstlicher Intelligenz (KI)? Löst die Digital- bzw. Datenökonomie den Markt als effiziente Datensammelstelle ab? Und wenn ja, welche Folgen würden sich daraus für die Wirtschaftspolitik ergeben?

Digitale Plattformunternehmen liefern den Anstoß

Glaut man den Thesen prominenter Beobachter, so handelt es sich bei Big Data und KI um die künftigen Erfül-

lungshelfen der digitalen Planwirtschaft.¹ Die Grundidee fußt auf den schier unbegrenzt verfügbaren Datenmengen, die plattformorientierte Unternehmen über ihre Nutzer generieren und sammeln können. Dabei gilt: Je größer die Plattform, desto größer und aussagekräftiger das Datenmaterial, welches dann wiederum eine bessere Analyse der Nutzer durch KI zulässt. Durch den Einsatz leistungsfähiger Auswertungstools können dann die Bedürfnisse der Nachfrager aus ihrem Verhalten im Internet abgeleitet werden. Diesen Umstand machen sich die Plattformanbieter bereits zu Nutze: Sie reagieren mit maßgeschneiderten Lösungen und Angeboten, um die sich ausprägenden Kundenwünsche abzubilden, bevor sich überhaupt ein neuer Markt hierfür auftut. Daniel Zhang, der CEO von Alibaba, dem chinesischen Pendant zu Amazon, behauptet sogar, dass seine Unternehmensgruppe zukünftig nicht nur bestehende Nachfrage stillen, sondern die Bedürfnisse selbst kreieren wird („Made in Internet“).² Zwar wird auch in der traditionellen Wirtschaft manches Bedürfnis erst durch Produktinnovationen von Unternehmen geweckt, aber mit Hilfe von Big Data und Künstlicher Intelligenz lässt sich viel zielgenauer arbeiten.

¹ Jack Ma (Gründer von Alibaba) und Daniel Zhang (CEO von Alibaba) äußerten sich auf diversen Konferenzen in diese Richtung. Die grundsätzliche Idee eines „Computer-Sozialismus“ ist allerdings keineswegs neu und wurde bereits zwischen 1970 und 1973 in Chile unter Salvador Allende mit dem Projekt „Cyber-syn“ getestet. Der amerikanische Professor Allin Cottrell und der Informatiker Paul Cockshott erdenken in ihrem 1993 erschienenen Buch „Towards a New Socialism“ ebenfalls eine Planwirtschaft aus dem Rechner.

² Diese Aussage tätigte Zhang 2017 auf der von Alibaba ausgerichteten „Global Netpreneur Conference“. Konkret verwies er hier auch auf einen ersten Produktwunsch, der sich aus den Big Data-Auswertungen der 500 Millionen Nutzer schweren Kundenbasis ablesen ließ: einem Geschirrspüler mit besonderen Merkmalen, die sich an den aus den Daten abgelesenen speziellen Wünschen chinesischer Verbraucher ergeben hatten. Diese neuartigen Geschirrspüler wurden an einem Tag gleich über 8.000 mal verkauft. Vgl. Unternehmenszeitschrift Alibabas: Alizila (2017), What does the customer want? Big Data knows, URL (abgerufen am 01.03.2019): <https://www.alizila.com/what-do-you-need-big-data-knnetrepreneur-ows/>.

Da sich der Bedarf der Kunden durch größere Datenmengen verlässlicher einschätzen lässt, müssen die Plattformen einen Großteil des Marktes beherrschen, um weiterhin zu den Innovationstreibern gehören zu können. Dies kann zwar zunächst allen Beteiligten zugute kommen, andererseits aber monopolistische Strukturen fördern.³

Doch nicht nur die künftigen Bedürfnisse sollen die Unternehmen durch die Datenanalyse bereits erahnen können, sondern auch die individuellen Zahlungsbereitschaften der Konsumenten. Die negative Folge: unerwünschte Preisdifferenzierung.⁴ Damit könnte die maximale Zahlungsbereitschaft der einzelnen Verbraucher abgeschöpft werden. Unternehmen würden in einem solchen System gewinnen, die Verbraucher wegen der auf sie individuell zugeschnittenen höheren Preise verlieren. Fraglich ist allerdings, ob die Daten überhaupt richtig sind und zutreffend ausgewertet werden (kann das Ergebnis der KI überhaupt nachvollzogen werden?).

Die Rolle des Staates in der Datenökonomie

Wenn plattformorientierte Unternehmen wie Google, Amazon oder Facebook bereits in der Lage sind, aus unserem Internetverhalten präzise Nutzerprofile samt persönlicher Präferenzen zu erstellen, zu denen einige unserer engsten Bekannten vermutlich nicht in der Lage wären, was wäre dann erst möglich, wenn zusätzlich der Staat als zentraler Datensammler und -auswerter in Erscheinung träte?

Zu dieser Frage könnte es schon bald erste Antworten geben. China tüfelt seit 2014 offiziell an einem Sozialkreditsystem, das das Vertrauen der Chinesen untereinander erhöhen und die Einhaltung von Gesetzen flächendeckend fördern soll.⁵ Oder wie Li Keqiang, Premierminister Chinas, es in einer aktuellen Regierungserklärung formuliert: „In short, we will make every effort to ensure that our people live in peace and safety“.⁶ Ein aus Sicht der sozialistischen Führung erfreulicher Nebeneffekt: Im Rahmen des Sozialkreditprogramms und der sicherheitspolitischen Auf-

³ Vgl. hierzu auch Berenberg (2019), Marktwirtschaft in Gefahr? Digitale Monopole.

⁴ So soll Meldungen zufolge der Car-Sharing-Dienst von Sixt über den Einsatz von KI bereits individuelle Preise für die Nutzung des Dienstes errechnen.

⁵ Vgl. hierzu auch Berenberg (2019), China: Herausforderung für Wirtschaft und Politik.

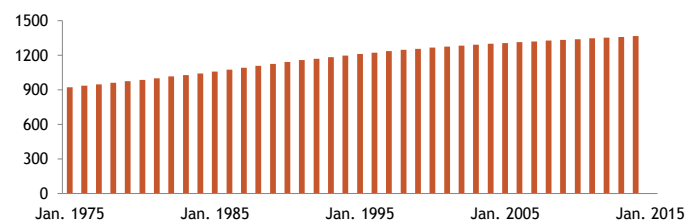
⁶ Vgl. hierzu auch den am 05.03.2019 vorgelegten Abschlussbericht des Premierministers zur Regierungsarbeit im Rahmen des Nationalen Volkskongresses 2019.

rüstung entstehen unter dem Deckmantel der Friedenssicherung erhebliche Datenmengen, die weit mehr sensible Informationen enthalten, als die Menschen heutzutage ohnehin bereits im Internet freiwillig von sich preisgeben. Kameras mit Gesichtserkennung, gigantische Datenbanken und anspruchsvolle Auswertungsmechanismen ermöglichen dann die eindeutige Zuordnung der erhobenen Daten zu den jeweiligen Personen. Der gläserne Bürger wird damit in vielerlei Hinsicht zur Realität.

China generiert durch die Aufnahme zahlreicher Bewertungskriterien in das Sozialkreditprogramm dementsprechend nicht nur qualitativ hochwertiges Datenmaterial, sondern verfügt durch seine pure Bevölkerungsstärke (Abbildung 1) auch quantitativ über unermessliche Datenpotentiale. Zumindest vorstellbar ist es also, dass diese Datenfülle eine zuverlässige Bestimmung von Zahlungsbereitschaften und Konsumwünschen ermöglichen kann. Dass die Gesellschaft dafür mit dem weitreichenden Verlust ihrer Privatsphäre zahlen muss, scheint für Chinas Staatslenker nebensächlich. Auch dürften derartige Konzepte nur in autoritären Staaten durchsetzbar sein. Die Implikationen für die Freiheit der modernen Gesellschaften und auch des Individuums sind daher düster.⁷

Abbildung 1: Bevölkerungszahlen Chinas

(in Millionen)



Quelle: Bloomberg.

Ausblick

Die Idee einer technologisch unterstützten Zentralverwaltungswirtschaft hat es schon vor dem Aufstieg der Digitalökonomie gegeben. Nun könnten aber im Idealfall die großen Daten-Plattformen zumindest zum Teil das leisten, was bisher nur den Märkten gelungen ist: Informationen über die Bedürfnisse der Menschen so zusammentragen, dass mit deren Hilfe wirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen

⁷ So äußerte auch George Soros auf dem vergangenen Weltwirtschaftsforum in Davos die Sorge, die Kombination aus autoritären Regimen und digitalen Monopolen könnten einen eingebauten Vorteil gegenüber offenen Gesellschaften haben.



gen getroffen und die Konsumentenwünsche erfüllt werden können.

Doch selbst wenn die Wirtschaft sich auf diese Weise steuern ließe, blieben marktwirtschaftliche Lösungen wohl überlegen. Eine wichtige Grundlage des Fortschritts ist das für die Marktwirtschaft typische Prinzip von „Versuch und Irrtum“, das aus der Spontanität der Wirtschaftsakteure gespeist wird. Diese Art der kreativen Spontanität dürfte sich in einer „digitalen Planwirtschaft“ kaum nachbilden lassen.

Auch würde die „digitale Planwirtschaft“ einen erheblichen Verlust an Privatsphäre bedeuten, weil die Verbraucher für die großen Daten-Plattformunternehmen weitgehend transparent wären. Der Verlust der Privatsphäre könnte durch die Daten-Monopolisten ausgenutzt werden und letztlich zu einem Verlust von Freiheit und Souveränität bei den Bürgern führen. In der Marktwirtschaft gibt es eine solche zentrale Datenhortung nicht.

Marktwirtschaft ist kein Selbstzweck. Sollte es einst eine Wirtschaftsordnung geben, die die unterschiedlichen Bedürfnisse der Menschen besser koordiniert und deren Wünsche besser erfüllt, müsste die Marktwirtschaft nicht künstlich am Leben gehalten werden. Wenn es um die Kombination aus Effizienz und Wahlfreiheit für die Bürger geht, ist die marktwirtschaftliche Ordnung aber bis heute allen Alternativen überlegen – daran werden auch Big Data und Künstliche Intelligenz wenig ändern. Wirtschaftspolitisch besteht die neue Herausforderung darin, ein Gleichgewicht zwischen zwei Interessen zu finden: Auf der einen Seite steht das Verlangen der Bürger nach Datensouveränität, Privatsphäre und Freiheit, auf der anderen Seite steht das Interesse der Wirtschaft, beim Entwickeln der Künstlichen Intelligenz Anschluss zu halten an die internationale Konkurrenz – und dafür benötigen die Unternehmen einen möglichst großen Datenpool. Dieser Interessenausgleich ist keine leichte Aufgabe, weil in anderen Ländern die Privatsphäre der Bürger weniger Wert ist und dadurch viel größere Datenmengen für die Entwicklung Künstlicher Intelligenz zur Verfügung stehen.

Neue Publikationsreihe:

MARKTWIRTSCHAFT IN GEFAHR?

Bisher erschienen:

1. [Marktwirtschaft in Gefahr?](#)
(20. Februar 2019)
2. [Marktwirtschaft in Gefahr? Digitale Monopole](#)
(08. März 2019)
3. [Marktwirtschaft in Gefahr? Kaum Vertrauen in den Wohlstandsmotor](#) (29. März 2019)
4. [Marktwirtschaft in Gefahr? Kommt die digitale Planwirtschaft?](#) (03. April 2019)

**BERENBERG**

PRIVATBANKIERS SEIT 1590

IMPRESSUM

Makro-Team

Chefvolkswirt

Dr. Holger Schmieding | Chefvolkswirt
+49 40 350 60-8021 | holger.schmieding@berenberg.de

Hamburg

Dr. Jörn Quitzau
+49 40 350 60-113 | joern.quitzau@berenberg.de

London

Dr. Florian Hense
+44 20 3207 -7859 | florian.hense@berenberg.com

Kallum Pickering

+44 20 3465 -2672 | kallum.pickering@berenberg.com

New York

Dr. Mickey Levy
+1 646 949 -9099 | mickey.levy@berenberg.com

Roiana Reid

+1 646 949 -9098 | roiana.reid@berenberg.com

Themenseite Volkswirtschaft

<https://www.berenberg.de/volkswirtschaft/>

Berenberg Makro erscheint zu folgenden Themen:

Aktuelles
Geldpolitik
Konjunktur
Schwellenländer
► Trends
Währungen

www.berenberg.de/publikationen

Wichtige Hinweise: Dieses Dokument stellt keine Finanzanalyse im Sinne des § 34b WpHG, keine Anlageberatung, Anlageempfehlung oder Aufforderung zum Kauf von Finanzinstrumenten dar. Es ersetzt keine rechtliche, steuerliche und finanzielle Beratung. Die in diesem Dokument enthaltenen Aussagen basieren auf allgemein zugänglichen Quellen und berücksichtigen den Stand bis zum Tag vor der Veröffentlichung. Nachträglich eintretende Änderungen können nicht berücksichtigt werden.

Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG
Neuer Jungfernstieg 20
20354 Hamburg
Telefon +49 40 350 60-0
www.berenberg.de
info@berenberg.de