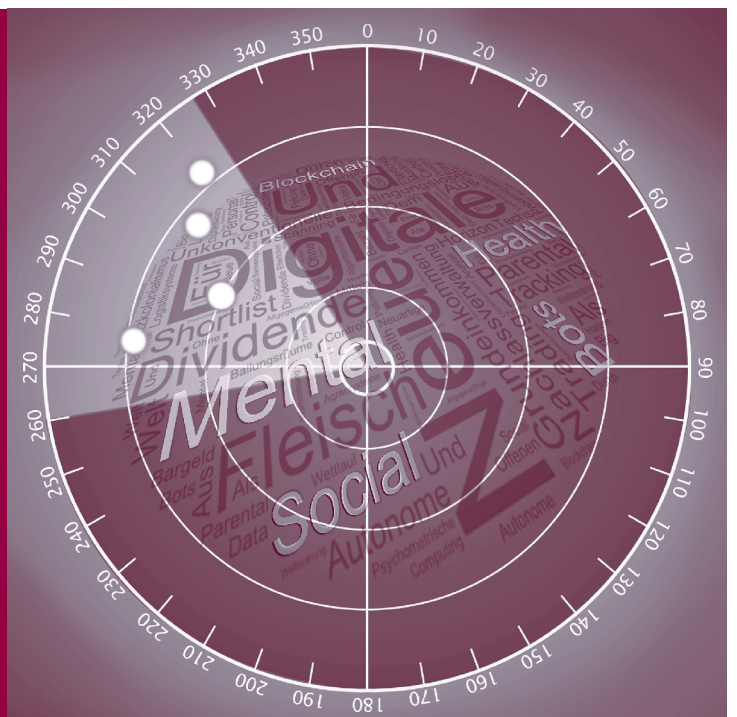




Neue Weltordnung – digitale Plattformunternehmen als neuartige Nationen

Themenkurzprofil Nr. 14
Mai 2017

Neue Weltordnung – digitale Plattformunternehmen als neuartige Nationen

Kurzdarstellung des Themas

Internetkonzerne und IT-Unternehmen haben das Zusammenleben der Menschen in den vergangenen Jahren massiv verändert (Rosenbach/Traufetter 2017). Die Stimmung in Bezug auf den durch die Digitalisierung ausgelösten starken Wandel pendelt dabei häufig zwischen Euphorie und Skepsis. Immer öfter werden die großen dominierenden Internetkonzerne Google, Facebook und Amazon (hiernach digitale Plattformunternehmen) hinsichtlich ihrer Bedeutung mit Staaten verglichen. Journalisten, Internetkritiker und Politiker attestieren großen Internetkonzernen und IT-Unternehmen seit geraumer Zeit einen Machtanspruch und Einflussbereich, welcher der Macht von Staaten gleichkomme (FAZ 2017; Hugendick 2014; Laguna 2016; Lobe 2015; Rosenbach/Traufetter 2017; Schlafer 2017).

Ein Staat besteht im Wesentlichen aus den drei Kernelementen eines abgegrenzten Staatsgebiets, eines Staatsvolks und der Machtausübung. Diese Elemente lassen sich in Ansätzen auch bei den genannten Unternehmen finden:

- > Die Unternehmen bilden Datenstaaten mit einem Angebot, dessen Nutzung als gleichsam alternativlos empfunden wird und zu einem Status des Lock-out der Staatsangehörigen führen würde. Über die Produkte identifizieren sich die Nutzer mit den Unternehmen. Im weitesten Sinne ist dies analog mit einer quasinationalen Identität, die über klassische Markenbindung hinausgeht.
- > Sie schaffen eigene Lebens- und Arbeitswelten mit Freizeitangeboten, Angeboten des täglichen Bedarfs bis hin zur ärztlichen Versorgung.
- > Die Marktmacht bzw. Marktkapitalisierung der führenden Internetkonzerne und IT-Unternehmen ist vergleichbar mit der von Volkswirtschaften. Die Einflussmöglichkeit der Unternehmen ist so groß, dass sie Staaten ihre Regeln diktieren könnten.
- > Ähnlich wie Staaten verfügen sie über begehrte Ressourcen. Nutzerdaten scheinen heute eine vergleichbare Bedeutung wie früher Rohstoffvorkommen zu haben. Die Unternehmen interagieren mit ihren Kunden und erzeugen/sammeln zahlreiche Daten über diese. Ein Staat könnte diesen Informationsgrad per Zensus nie erreichen.
- > Die Unternehmensführer sprechen mit Regierenden auf Augenhöhe zu politischen Themen. Es werden Allianzen untereinander geschmiedet, u. a. mit dem Ziel, die gesellschaftliche Fürsorge und Wohlfahrt zu gestalten. Die



Plattformunternehmen versuchen, die Führerschaft im Weltmarkt der Internetdienstleistungen zu erobern.

Besonders in den USA wird ein libertärer Ansatz verfolgt. Nach dem libertären Ansatz könnte ein digitales Plattformunternehmen – ähnlich wie eine Regierung, jedoch effizienter – für die Wohlfahrt sorgen und Dienstleistungen anbieten, die traditionell von Staaten übernommen werden.

Vor dem Hintergrund der Entwicklungen der digitalen Plattformunternehmen hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Ende 2015 einen Dialogprozess zum Thema digitale Plattformunternehmen angestoßen, der im März 2017 in ein Weißbuch mündete. Im Weißbuch wurden Leitlinien einer digitalen Ordnungspolitik zur Schaffung eines einheitlichen europäischen Rechtsrahmens für den digitalen Binnenmarkt formuliert.

Hintergrund und Stand der Entwicklung

Der Vergleich von Unternehmen mit Staaten oder Regierungen findet sich in verschiedenen Publikationen: In einem offenen Brief des Vorstandsvorsitzenden von Axel Springer SE, Mathias Döpfner, an den damaligen CEO von Google (jetzt Executive Chairman von Alphabet Inc.), Eric Schmidt, stellt er die Frage, »ob Google den digitalen Suprastaat plane«. Google hätte das Potenzial dazu, weil das Unternehmen schon heute »die weltmarktbeherrschende Großbank der Verhaltenswährung sei.« (Döpfner 2014). Der Journalist Lobe schrieb in der FAZ, dass sich »das Googlereich immer weiter ausdehne und Daten das Fundament des Googlesuperstaats seien« (Lobe 2015). Die nzz veranstaltete im Jahr 2015 eine Podiumsveranstaltung in Berlin mit dem Titel »Digitaler Kolonialismus«, bei der der Frage nachgegangen wurde, ob die USA mit ihren mächtigen Unternehmen wie Google und Facebook die Zukunft gestaltet bzw. einen »digitalen Kolonialismus« betreibe. Dies steht im Einklang zur Einschätzung durch den Journalisten Schulz in einem Artikel des Spiegels, in dem dieser schreibt, die neue Weltregierung habe ihr Hauptquartier nicht mehr an der Wall Street, sondern im Silicon Valley (Schulz 2015, S. 22). In einem weiteren Artikel werden die Unternehmen mit dem Begriff »global superpowers« charakterisiert, einer Beschreibung, die sich normalerweise nur auf Staaten bezieht. Die Unternehmen sind so stark, dass sie gegenüber Regierungen in Bezug auf Regulierungen mitunter den Ton angeben und ein Katz- und Mausspiel mit diesen spielen (Khanna 2016b).

Dennoch stellt sich die Frage, ob und inwieweit ein Vergleich der besagten Unternehmen mit Staaten trägt. Gemäß dem Staatsrechtler Georg Jellinek aus dem 19. Jahrhundert wird ein Staat als »die mit ursprünglicher Herrschafts-



macht ausgerüstete Körperschaft eines sesshaften Volkes (Gebietskörperschaft)« umschrieben (Jellinek et al. 2016, Vorlesungsmitschrift von 1896). Ein Staat besteht demnach aus drei Kernelementen: (1) aus einem durch eine Gebietshoheit abgegrenzten Staatsgebiet, (2) einem Staatsvolk und (3) einer Machtausübung. Lässt sich dies auf Unternehmen wie Google übertragen?

- Geografische Grenzen in dem Sinne gibt es in sozialen Netzwerken nicht. Eher bilden diese virtuelle Datenstaaten, die mit ihren Nutzern über Datenaustausch interagieren (Khanna 2016a).
- In den sozialen Netzwerken gibt es zwar keine vergleichbar starke Bindung wie zu einem Staat – die Staatsbürgerschaft wird in der Regel durch Geburt in Abhängigkeit von der Staatsbürgerschaft der Eltern erworben und ist mit staatsbürgerlichen Rechten (Versammlungsfreiheit, Freizügigkeit, Berufsfreiheit, Auslieferungsverbot) und Pflichten (Steuer-, Schul- und ggf. Wehrpflicht) verbunden. Allerdings haben Unternehmen wie Google Milliarden von Nutzern, sodass eine Nichtmitgliedschaft bzw. eine Nichtnutzung der Angebote, wie z. B. die Nutzung der Suchmaschine Google oder des Netzwerks Facebook oftmals nicht möglich bzw. nachteilig ist. Die einzige Möglichkeit, nicht teilzunehmen bzw. kein Staatsangehöriger des virtuellen Datenstaates zu sein, besteht darin, die Angebote der Unternehmen nicht zu nutzen, was in den meisten Fällen keine Alternative darstellt und zu einem Lock-out führt (Laguna 2016).
- Vergleichbar mit Staaten existieren in den virtuellen Datenstaaten Machtstrukturen und Hierarchien. Aufgrund des Wissens über ihre Bürger sind die Unternehmen sehr mächtig. Google definiert mit 70 % Marktanteil den Weltmarktstandard für die Suchinfrastruktur im Internet. Die nächstgrößte Suchmaschine ist mit 16,4 % Marktanteil Baidu in China. Letzteres erklärt sich allein dadurch, dass China als Diktatur den freien Zugang zu Google verbietet. Der Marktanteil der Googlesuchmaschine liegt in Deutschland bei über 90 %. Ein Wettbewerb ist also kaum gegeben (Döpfner 2014; Khanna 2016a).

Gemessen an ihrer Marktmacht, sind die Internetkonzerne und IT-Unternehmen vergleichbar mit Volkswirtschaften. Heute sind sechs der zehn wertvollsten Unternehmen der Welt sogenannte digitale Plattformen: Neben Alphabet, Amazon, Apple und Facebook zählen dazu mittlerweile auch Uber und Airbnb. Mit einer Marktkapitalisierung von rund 640 Mrd. US-Dollar liegt Apple knapp hinter dem Bruttoinlandsprodukt Saudi-Arabiens (oder Nordrhein-Westfalens), Google (560 Mrd. US-Dollar) etwa gleichauf mit Argentinien bzw. Bayern (Hermann 2017). Facebook würde gemäß dieser Rechnung zu den 60 reichsten Nationen und Google sogar zu den Top-20-Nationen zählen (Laguna 2016). Die größten vier digitalen Unternehmen Google, Facebook und Amazon unter Hin-



zunahme von Apple haben eine Marktkapitalisierung von ca. 1,5 Billionen Euro; das entspricht fast der Hälfte des deutschen Bruttoinlandsprodukts (BMW 2016, S. 20). Beim Vergleich von Unternehmen mit Staaten sollten Parameter wie Macht, Wohlstand oder Identifikation zueinander in Bezug gesetzt werden. Apple hat beispielsweise ca. 2 Mrd. Produkte an 1 Mrd. Menschen verkauft. Apple verfügt nicht nur über mehr Geld als so manche Volkswirtschaft, sondern aufgrund der Verbreitung seiner Produkte auch über mehr »mindshare« (Khanna 2016a). Mindshare lässt sich in etwa mit Bewusstsein für die Marke übersetzen, was in der Analogie als gleichbedeutend mit nationaler Identität verstanden werden könnte.

Digitale Plattformunternehmen zeichnen sich durch eine hohe Dynamik und zum Teil exponentielles Wachstum aus (BMW 2016, S. 22). Dies verleiht den Technologieplattformen, ihren Machern, Eigentümern und Nutzern neue Macht (Döpfner 2014). Facebook, das 2004 gegründet wurde, hat nach 12 Jahren im IV. Quartal 2016 1,86 Mrd. Nutzer pro Monat – mehr als China Einwohner hat (Statista 2017, S. 8). Auch der 2009 gegründete Messengerdienst WhatsApp zählte 2016 annähernd 1 Mrd. Nutzer (Statista 2016). Die Unternehmen entwickeln sich nicht nur rasant, sondern führen auch zu disruptiven Marktveränderungen. Sie verändern Wertschöpfungsketten, geben das Tempo vor und setzen Standards. Zum Beispiel haben Uber, Airbnb oder auch Zalando in kürzester Zeit herkömmliche Dienstleistungsstrukturen maßgeblich verändert (BMW 2016, S. 22).

Der Internetkritiker Evgeny Morozov (2016) befürchtet, dass die Macht der Konzerne soweit gehen könnte, dass sie Regierungen die Bedingungen diktieren und sie ihre eigenen Rechte und Regeln – sozusagen ihre eigenen Gesetze – schaffen könnten. Er verwies auf den Vorgang, als Tom Egeland, ein norwegischer Schriftsteller, das weltbekannte Foto eines nackten weglauenden Kindes im Vietnamkrieg postete und dieses von Facebook gelöscht wurde. Es kam zu einem Konflikt mit Facebook, als daraufhin Aftenposten, die größte Zeitung des Landes, und auch Erna Solberg, die Premierministerin, das Foto erneut posteten und es wiederum gelöscht wurde. In Deutschland sorgte der Fall von der Bundestagsabgeordneten Renate Künast für Schlagzeilen, die 3 Tage vergeblich versuchte, Facebook zur Löschung einer Falschnachricht auf ihrem Facebookaccount zu bringen (Rosenbach 2016). Morozov (2016) argumentiert, dass die Firmen einen exklusiven Zugang zu unseren Daten hätten und damit die Bedingungen bestimmen können. Einige sehen gar, dass Algorithmen die Gesetze ersetzen könnten. Diese Idee wird von Pasquale (2016) in seinem Buch »The Black Box Society – The Secret Algorithms That Control Money and Information« formuliert. Algorithmen, Suchergebnisse und die Analyse unserer Daten hätten das Potenzial, als Machtinstrument gebraucht zu werden.

Den digitalen Plattformunternehmen können zum Teil Wesenszüge faschistischer Staaten zugeschrieben werden. Im Jahr 2009 sagte der Facebook-manager Eric Schmidt: »Wenn es Dinge gibt, von denen Sie nicht wollen, dass irgendjemand etwas darüber erfährt, dann sollten Sie so etwas nicht tun.« Oder Marc Zuckerberg, der auf die Frage nach der Speicherung von Daten und dem Schutz der Privatsphäre antwortete: »Ich verstehe Ihre Frage nicht. Wer nichts zu verbergen hat, hat auch nichts zu befürchten.« Die Unternehmen definieren damit ein Menschenbild und eine Haltung, die so in totalitären Regimen verortet werden könnten (Döpfner 2014), bzw. eine naiv-technoide Sicht auf die Welt ausdrücken. In der Beschäftigung mit den Geschäftspraktiken der digitalen Unternehmen werden Rufe von Kritikern danach laut, dass diese einem Modell folgen sollten, das Wohlergehen, Freiheit, Privatsphäre und das Recht auf Menschenwürde achtet (Zuboff 2013).

So wie Staaten über knappe Ressourcen verfügen, besitzen digitale Plattformunternehmen ebenfalls ein kostbares Gut, nämlich Daten zum Verhalten, persönlichen Präferenzen und Interaktionen in sozialen Netzwerken. Was Rohstoffvorkommen im 20. Jahrhundert gewesen waren, sind Daten und Nutzerprofile im 21. Jahrhundert. Dabei stellt sich die Frage, wem die Daten gehören und was es bedeutet, wenn diese in nur wenigen Händen konzentriert vorliegen (Döpfner 2014). Das Besondere scheint zudem, dass Google und Facebook die Daten ihrer Nutzer quasi in Echtzeit erfassen können, während Staaten einen Zensus erheben müssen, der die Daten nur unzulänglich widerspiegelt und nur selten aktuell ist. Durch den Besitz von Massendaten und technischer Infrastruktur für deren Analyse erlangen die Internetkonzerne eine Macht, die möglicherweise noch größer ist als die von einflussreichen Staaten. Je mehr die Gesellschaften von grundlegenden Ressourcen wie Kommunikation und Konsum abhängig sind und gleichzeitig Daten preisgeben, desto einflussreicher werden diese (Laguna 2016).

Viele der digitalen Plattformunternehmen schaffen eigene Welten, in denen Privat- und Arbeitswelt miteinander verschmelzen. Etwas überspitzt formuliert, handelt es sich um kostenfreie All-inclusive-Anlagen mit Freizeitangebot. Geboten werden Rundumservices von Kindergarten, Hundeschule und Swimmingpool über Sportaktivitäten, Restaurants, Kino bis hin zur ärztlichen Versorgung (Schulz 2013).

Laut Schulz (2015) wollen die Internetkonzerne mehr als Umsatz. Es geht den Firmen letztlich um Ideologien. Sie verfolgen eine klare Agenda im Glauben an eine bessere Zukunft durch die Technologien ihrer Unternehmen. Um dies zu erreichen, wünschen sie eine größtmögliche unternehmerische Freiheit (Schulz 2015, S. 22). Gemäß Morozov (2016) agieren die Unternehmenschefs wie Staatsoberhäupter, wenn sie von Regierungschefs zu Gesprächen auf Augenhöhe eingeladen werden. Beispiele hierfür sind die Besuche von Marc Zu-



ckerberg bei führenden Regierenden der Welt, darunter US-Präsident Barack Obama, der den Facebookchef eingeladen hat, um Datenschutzfragen zu diskutieren (Laguna 2016), aber auch Papst Franziskus, der chinesische Politiker Liu Yunshan oder der italienische Präsident Matteo Renzi.

Wie Staaten auch, verfolgen die Internetkonzerne einen gewissen Fürsorge- und Wohlfahrtsanspruch. Sie geben vor, Gutes zu tun. Google behauptet z. B., die Welt zu einem besseren Ort machen zu wollen (Döpfner 2014). Die Unternehmen knüpfen zu diesem Zweck Allianzen: Google, Facebook, Amazon, IBM und Microsoft haben eine Kooperation »Partnerschaft für künstliche Intelligenz zum Wohl des Volkes und der Gesellschaft« gegründet. Die gemeinnützige Organisation soll ein breiteres öffentliches Verständnis für die KI-Technologie vorantreiben und Standards für die künftige Forschung setzen. Diese Partnerschaft, in die die weltführenden KI-Experten einbezogen werden, soll das Vertrauen der Kunden und den Nutzen der KI für die Gesellschaft sicherstellen (Hern 2016). Ein weiteres Beispiel ist die Ankündigung von Facebookgründer Marc Zuckerberg, jährlich 1 Mrd. US-Dollar bis zur Gesamtsumme von 45 Mrd. US-Dollar für gute Zwecke zu spenden. Kritiker sehen dabei den Nachteil, dass die Spenden im US-amerikanischen Steuersystem zum großen Teil von der Steuer abgesetzt werden könnten, sodass die Wahl für Wohlhabende darin läge, Steuern zu zahlen oder zu spenden. Die Spender übernahmen Funktionen, die originär staatliche Aufgaben seien (Timmmer 2015).

Ein gesellschaftlicher und kultureller Anspruch lässt sich auch an dem Projekt »Arts & Cultural« des Google Cultural Institute ablesen. Mit dem Projekt sollen Kunst und Kultur digitalisiert werden (vergleichbar mit Google Maps oder Google Street View für Kultur). Dazu werden Aufnahmen von Kunstwerken erstellt, aber auch von kulturellen Stätten wie Tempeln und Kirchen genauso wie Kulturorte der heutigen Zeit etwa die Elbphilharmonie (www.google.com/culturalinstitute/beta/?hl=de). Aus Deutschland sind 68 Partner beteiligt u. a. die Leibniz-Gemeinschaft. Es sind ca. 50.000 Objekte aus Deutschland dokumentiert. Bislang war es Aufgabe des Staates, das kulturelle Erbe zu wahren. Mit Google nimmt ein privates Unternehmen Einfluss auf die Darstellung des kulturellen Erbes einzelner Länder. Art und Weise der Darstellung von Kultur und historischen Überlieferungen verändern sich hierdurch.

Gesellschaftliche und politische Relevanz

Der wachsende Einfluss der digitalen Konzerne wird mittlerweile in breiten Teilen der Gesellschaft kritisch gesehen. Die Kritik äußert sich insbesondere in der fehlenden Kontrolle über die Unternehmen, Datenmengen von Nutzern zu sammeln. Durch die monopolisierten Angebote könnten die Konzerne schließ-

lich so unverzichtbar und systemrelevant werden, dass ein Scheitern – ähnlich wie bei Banken – durch staatliches Eingreifen verhindert werden muss. Dies könnte so weit gehen, dass die Unternehmen ihre Bedingungen den Regierungen diktieren. Die Konzerne haben mittlerweile auch eine Größe erreicht, gegen die so leicht kein anderes Unternehmen mehr ankommen kann. Schließlich – so sagen kritische Stimmen – ist die Gesellschaft von den Konzernen und deren Gnade und Willkür abhängig. Die Macht der Unternehmen müsste daher im Interesse einer gesunden Digitalökonomie diskutiert werden. Dies betrifft aber nicht nur allein die Wirtschaft, sondern auch Politik und Gesellschaft. Es geht um Werte, unser Menschenbild und die Gesellschaftsordnung weltweit (Döpfner 2014; Morozov 2016). Da die global tätigen Internetkonzerne nur schwer zu regulieren sind, stellt sich die Frage, ob der Zeitpunkt für Regulierung gekommen ist, um Einfluss über die monopolisierten Unternehmen zu erlangen und die Demokratie zu wahren (Schulz 2015, S. 22). Eine öffentliche Strategie wäre nach Einschätzung der Kritiker z. B., die Nationen technologisch unabhängig zu machen. Hierfür bedarf es neuer übernationaler Gesetze, denn alles findet mittlerweile global statt, aber Gesetze sind in der Regel regional bzw. national. Das passt nicht mehr. Auch müssten Hoheit und Souveränität über die eigenen Daten und eigene Identität zurückgewonnen werden und damit über die eigene Selbstbestimmung, um Internetkonzerne »demokratisch einzuhegen« (Döpfner 2014; Laguna 2016; Lobe 2015; Morozov 2016; Schulz 2015, S. 25).

Die IT-Unternehmen bzw. Internetkonzerne machen zwar in dem Sinne keine Politik, nehmen aber indirekt Einfluss auf politische Prozesse. Viele der US-amerikanischen Konzerne folgen den Ideen des Libertarismus, der besonders in den USA anzutreffen ist: Wohlstand und Zufriedenheit für alle durch so viel Autonomie und wenig Staat wie möglich. Regulierungen und staatliche Vorschriften sind weitgehend unerwünscht (Schulz 2015, S. 26). Tatsächlich gab es schon erste Ideen dazu, ob Internetkonzerne staatliche Aufgaben übernehmen sollen. Von dem US-amerikanischen Investor Tim Draper wurde das Konzept formuliert, Kalifornien in sechs Bundesstaaten zu teilen, von denen einer vom Silicon Valley als ökonomisches Power House übernommen werden sollte. Das Projekt wurde jedoch nie umgesetzt. Ziel sollte es sein, dass sich das Silicon Valley selbst regieren könnte. Die Regierungen der kalifornischen Bundesstaaten sollten stärker im Wettbewerb zueinander stehen, damit sie bessere Dienstleistungen erbrächten. Nach dem libertären Ansatz könnte ein Tech-Gigant ähnlich wie eine Regierung für die Wohlfahrt sorgen und Dienstleistungen anbieten, wie z. B. Informationen, Infrastruktur, Versicherungen etc. Aufgaben des Wohlfahrtsstaates würden damit von Unternehmen übernommen. Nach dieser Auffassung könnten Unternehmen die Aufgaben ohnehin besser und günstiger als der Staat erfüllen (Lobe 2015).

Aktuell lassen sich Versuche von Staaten beobachten, einen Umgang mit den einflussreichen digitalen Plattformunternehmen zu finden. Dänemark hat kürz-



lich verkündet, als erstes Land der Welt einen digitalen Botschafter zu ernennen, der Beziehungen zu großen IT-Unternehmen pflegt. Hintergrund ist, dass die Konzerne sich zunehmend wie Nationen verhalten würden, die einen ähnlichen Einfluss wie Länder ausüben könnten (FAZ 2017). Der wesentliche Arbeitsinhalt des Botschafters soll darin bestehen, die Kontakte zu diesen einflussreichen Akteuren zu pflegen. Großkonzerne dieser Art hätten einen Einfluss, dem mit technologischen, ethischen und politischen Fragen begegnet werden müsste (Hermann 2017). Die tatsächliche Umsetzung ist jedoch noch offen.

Auch Deutschland war in den letzten Jahren aktiv und hat bereits im Jahr 2014 den Anspruch formuliert, »die soziale Marktwirtschaft auf die Höhe des digitalen Zeitalters zu bringen«. 2016 wurde das »Grünbuch Digitale Plattformen« als Teil der »Digitalen Strategie 2025« des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) vorgelegt. Das Grünbuch soll rechtliche und regulatorische Fragen identifizieren, die im Rahmen des Digitalisierungsprozesses gestellt werden müssen. Ziel des Grünbuchs ist es, einen Ordnungsrahmen zu schaffen, der unternehmerische Freiheit und Wettbewerb ermöglicht sowie individuelle und unternehmerische Grundrechte und Datensouveränität sichert. Mit dem Grünbuch wurde Ende 2015 ein Dialogprozess gemeinsam mit Wissenschaftlern, Unternehmen, Gewerkschaften, Verbänden und der breiten Öffentlichkeit angestoßen, der im März 2017 in ein Weißbuch mündete. Das Weißbuch formuliert Leitlinien einer digitalen Ordnungspolitik für die Schaffung eines einheitlichen europäischen Rechtsrahmens für den digitalen Binnenmarkt. Dem Weißbuch zufolge soll z. B. eine Digitalagentur geschaffen werden, die Kartellbehörden sollen neu aufgestellt und beispielsweise nicht nur an Umsätzen orientiert tätig werden, sondern auch die Sammlung von Daten mit einbeziehen. Ausländische Unternehmen sollen dieselben europäischen Auflagen erfüllen müssen wie ihre inländischen Vertreter. Verbraucher sollen mehr Kontrolle über ihre Daten bekommen. Der Tenor ist, dass nun der Zeitpunkt gekommen ist, um neue Standards für Plattformökonomien zu setzen und es keine ungesteuerte Entwicklung der Digitalisierung mehr geben soll.

Mögliche vertiefte Bearbeitung des Themas

Das Thema hat in den vergangenen Jahren an Aktualität gewonnen und es besteht eine große gesellschaftliche und politische Relevanz. Auch wenn das Thema »Umgang mit digitalen Plattformen« bereits Eingang in ein Grün- und Weißbuch des BMWi gefunden hat, könnte das Thema in Form eines Fachgesprächs im Rahmen einer TA-Kurzstudie vertieft werden.

Ziel wäre es, die Analogie der Aktivitäten der Internetkonzerne im Vergleich zu Staaten weiter auszuarbeiten und die Frage nach den tatsächlichen

Einflusspotenzialen zu stellen. Im Mittelpunkt steht die Frage, inwieweit die digitalen Plattformunternehmen tatsächlich den Charakter von Staaten aufweisen und wenn ja, wie Deutschland, Europa bzw. die Welt mit diesen neuartigen Staaten kooperieren. Welche Kooperations- oder auch Sanktionsmechanismen gibt es? Welche juristischen, institutionellen Maßnahmen sind möglich und erforderlich? Es könnte eine Übersicht erstellt werden, wie andere europäische Staaten auf die digitalen Plattformunternehmen reagieren (wie z. B. Dänemark mit einem digitalen Botschafter) und welche Strategien diese im Vergleich zu Deutschland verfolgen.

Als Vorbereitung auf das Fachgespräch sollten vorab Interviews mit Experten geführt werden. Besonders wichtig wären Gespräche mit politischen Vertretern anderer Staaten, um Einblicke in deren Strategien im Umgang mit den digitalen Plattformunternehmen zu erhalten. Der Teilnehmerkreis des Fachgesprächs könnte folgende Experten umfassen: Einerseits Experten in den Bereichen Staatsrecht (o. Ä.), Politikwissenschaftler, Ethiker, digitales Recht, Verbraucherschutz sowie andererseits Technikexperten aus den Bereichen IT-Sicherheit, Datenschutz und Kryptologie, ggf. könnten auch Intermediäre wie der Chaos Computer Club oder Aktivisten im Bereich digitale Souveränität hinzugezogen werden.

Die Ergebnisse der vorbereitenden Interviews könnten in Form eines Thesenpapiers zusammengefasst und als Grundlage des Fachgesprächs dienen. Das Thesenpapier, Ergebnisse des Fachgesprächs sowie konzeptionelle Überlegungen für weiterführende Untersuchungen würden in einer Kurzstudie aufbereitet.

Literatur

- BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (2016): Grünbuch Digitale Plattformen. Berlin
- Döpfner, M. (2014): Offener Brief an Eric Schmidt: Warum wir Google fürchten. 16.4., www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/mathias-doepfner-warum-wir-google-fuerchten-12897463.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (23.3.2017)
- FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung) (2017): Botschafter fürs Digitale: Dänemark sieht Konzerne wie Apple als eine Art »neue Nation«. 27.1., www.faz.net/aktuell/wirtschaft/macht-im-internet/daenemark-sieht-konzern-wie-apple-als-eine-art-neue-nation-14769080.html (22.3.2017)
- Hermann, R. (2017): Ein Botschafter für die Welt von Google: Dänemark testet die »digitale Diplomatie«. 7.2., www.nzz.ch/international/ein-botschafter-fuer-die-welt-von-google-daenemark-testet-die-digitale-diplomatie-ld.144012 (22.3.2017)
- Hern, A. (2016): Partnership on AI formed by Google, Facebook, Amazon, IBM and Microsoft. 28.9., www.theguardian.com/technology/2016/sep/28/google-facebook-amazon-ibm-microsoft-partnership-on-ai-tech-firms (24.3.2017)
- Hugendick, D. (2014): Jaron Lanier: Dissident seiner selbst. 5.6., www.zeit.de/kultur/literatur/2014-06/friedenspreis-jaron-lanier/komplettansicht?print (23.3.2017)



- Jellinek, G.; Ziemann, S.; Funke, A. (2016): Georg Jellinek: Allgemeine Staatslehre und Politik. Vorlesungsmitschrift von Max Ernst Mayer aus dem Sommersemester 1896. Tübingen
- Khanna, P. (2016a): The New World Order Is Ruled By Global Corporations And Megacities – Not Countries. 20.4., www.fastcoexist.com/3059005/the-new-world-order-is-ruled-by-global-corporations-and-megacities-not-countries (22.3.2017)
- Khanna, P. (2016b): These 25 Companies Are More Powerful Than Many Countries. Going stateless to maximize profits, multinational companies are vying with governments for global power. Who is winning? 1.3., <http://foreignpolicy.com/2016/03/15/these-25-companies-are-more-powerful-than-many-countries-multinational-corporate-wealth-power/> (24.03.2017)
- Laguna, R. (2016): Rise of the Data States: How the Big Internet Players Became Global Powers. 16.4., www.huffingtonpost.com/rafael-laguna/rise-of-the-data-states-h_b_5162692.html (23.3.2017)
- Lobe, A. (2015): Macht der Internetkonzerne: Amerika ist abgebrannt, wir leben jetzt in Google-Land. 9.6., www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/internetkonzern-google-als-gesetzgeber-und-ordnungshueter-13636351.html (24.3.2017)
- Morozov, E. (2016): Internetkonzerne: Die Rückkehr des Feudalismus. 20.9., www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/die-macht-der-internetkonzerne-wie-facebook-14440287-p4.html?printPagedArticle=true#pageIndex_4 (22.3.2017)
- Pasquale, F. (2016): Black box society. The secret algorithms that control money and information. Cambridge, Massachusetts
- Rosenbach, M. (2016): Mord in Freiburg: Erfundenes Zitat auf Facebook – Künast stellt Strafanzeige. 10.12., www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/renate-kuenast-strafanzeige-nach-erfundenem-freiburg-zitat-auf-facebook-a-1125240.html (3.4.2017)
- Rosenbach, M., Traufetter, G. (2017): Der dritte Weg. Das Wirtschaftsministerium will die Dominanz von Internetgiganten wie Google brechen. Eine neue Digitalbehörde und mehr Verbraucherrechte sollen Europas Industrie stärken. In: Der Spiegel 12. 2017, S. 30–32
- Schlafer, M. (2017): Dänemark: Digitaler Botschafter für Tech-Giganten. 30.1., www.computerbase.de/2017-01/daenemark-digitaler-botschafter-tech-giganten/ (22.3.2017)
- Schulz, T. (2013): KONZERNE: Monumente der Macht. 25.11., www.spiegel.de/spiegel/print/d-122579500.html (27.3.2017)
- Schulz, T. (2015): Internet: Das Morgen-Land. 28.2., www.spiegel.de/spiegel/print/d-132040357.html (22.3.2017)
- Statista (2016): WhatsApp Nutzer weltweit bis 2016. 1.2., <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/285230/umfrage/aktive-nutzer-von-whatsapp-weltweit/> (27.3.2017)
- Statista (2017): Facebook. Statista-Dossier. Hamburg
- Timmler, V. (2015): Die Zuckerberg-Spende: Altruismus oder Eigennutz? 2.12., www.sueddeutsche.de/wirtschaft/facebook-gruender-die-zuckerberg-spende-altruismus-oder-eigennutz-1.2763875-2 (3.4.2017)
- Zuboff, S. (2013): Widerstand gegen Datenschnüffelei: Seid Sand im Getriebe! 25.6., www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/widerstand-gegen-datenschnueffelei-seid-sand-im-getriebe-12241589.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (3.4.2017)



**BÜRO FÜR TECHNIKFOLGEN-ABSCHÄTZUNG
BEIM DEUTSCHEN BUNDESTAG**

Karlsruher Institut für Technologie

Neue Schönhauser Straße 10
10178 Berlin

Tel.: +49 30 28491-0
buero@tab-beim-bundestag.de
www.tab-beim-bundestag.de
[@TABundestag](https://www.instagram.com/TABundestag)

ISSN-Internet 2629-2874