

Europa und das Internet

Eine Intervention über den Spielraum von Datenschutz und Innovation

Nikolaus Huss

KovarHuss Policy Papers 1/2015

Stand: 1.7.2015

Kontakt:

Nikolaus Huss

Managing Partner

KovarHuss GmbH Policy Advisors

Unter den Linden 21, 10117 Berlin, Deutschland

T: +49 (30) 767 7183-3, F: +49 (30) 767 7183-8, M: +49 (157) 7 1944 544

nh@kovarhuss.de

www.kovarhuss.de

Inhalt

Warum dieses Papier?.....	3
Mentalität. Money, Magnetismus. Warum das Valley der technologische Motor der Welt ist.	4
Die amerikanische Mentalität. Der Treiber.....	4
Money. Der Kraftstoff.	6
Magnetismus. Der Wettbewerb darum, wer es besser macht.	8
Europa nörgelt. Und träumt vom ganz grossen Wurf	8
Netzidealisten, Datenschützer, Politik und Unternehmen brauchen eine gemeinsame, realistische, Europäische Perspektive	11
Die digitale Agenda	12
Was Europa braucht: Faszination, Freiheit, Finanzierung.....	12
Das vierte "F": Frameworking!	13
Open Your Eyes: Was Europa tun kann.	14
Anhang: Relevante Papiere/Veröffentlichungen	16
ÜBER UNS.....	17

Warum dieses Papier?

Man könnte auch sagen, Europa und die neuen Technologien. Ziel dieses Papiers ist es, nachzuzeichnen, warum die USA, oder sagen wir besser, das Silicon Valley, der technologische “Place to be” ist und Europa hier nicht mithalten kann. Und erste Schlussfolgerungen zu ziehen, wer in Europa was tun kann.

Mentalität. Money, Magnetismus. Warum das Valley der technologische Motor der Welt ist.

Versuchen wir es einmal mit drei Schlagworten: Mentalität. Money, Magnetismus. Die ersten beiden Schlagworte brauchen keine Erläuterung. Unter Magnetismus verstehe ich die Anziehungskraft, die Verlockung, am besten Ort der Welt mit den führenden Menschen und den besten Ressourcen an revolutionären Dingen zu arbeiten.

Die amerikanische Mentalität. Der Treiber

Wenn wir immer von westlicher Mentalität reden, verkennen wir, dass die Länder des Westens sehr unterschiedliche nationale Mentalitäten beweisen. In Italien ist es die Familie, die im Mittelpunkt steht, in Frankreich (zumindest in der wirtschaftlich-politischen Elite und ihrer Metropole, Paris) die "Grand Nation", in Deutschland ein geordnetes Land. Für Großbritannien fällt mit nichts Passendes ein. Und In den USA? Vom Tellerwäscher zum Millionär. Die USA haben das individualistischste der Weltbilder. Wenngleich sich, langsam, die Nation ist ja jünger als die europäischen Länder und oszilliert stärker durch Zuwanderung und Veränderung, eine Tendenz zur Oligarchisierung (Anhäufung von Geld und damit verbundene Durchsetzung von Familieneinfluss) herausbildet.

Die amerikanische Botschaft ist also: Just do it! Es zählt die Tat, das Land ist eine einzige Aufforderung, es zu wagen, sich und seine Ideen durchzusetzen mit dem Angebot, "the winner takes it all". Man kann diese Mentalität verurteilen, aber bevor man das tut, sollte man sie zumindest verstehen.

Denken bedeutet in den USA vor allem Probehandeln. Also die Ideen und Gedanken so zu sortieren, dass sie sich instrumentell nutzen lassen, ein Produkt werden, das einen Markt und Käufer findet. Ein Bill Gates gründete eher zufällig Microsoft, weil IBM mit dem lästigen Softwaregeschäft nichts zu tun haben wollte, bei SAP übrigens war es ähnlich, dass sie in das Geschäft hineingewachsen sind, Apple war

lange eine "Anti"-Microsoft-Story rund um Usability, Design und Image mit vielen Höhen und Tiefen. Und nach vielen Niedergängen konnte erst der genialistische Größenwahn eines Steve Jobs das Unternehmen wieder aufrichten. Und zwar, indem er erst einmal Microsoft die Office-Seite überlies, das MS Office lizenzierte und auf diese kleinen Konsumerdinge namens iPod setzte, aus denen die iPhones wurden, die dann mit Macht in die Unternehmen zurückkehrten. Und weil die CEOs lieber das geile iPhone wollten anstatt den funktionierenden Nokia-Teilen, das Rennen machte. Auf einem Weg, der niemandem zur Nachahmung empfohlen ist. Eigenes Betriebssystem, Abschottung des gesamten technologischen Frameworks gegenüber allen anderen. Das kann auch schiefgehen, wenn es an einen genialistischen Geist fehlt. Steve Jobs ist so etwas wie der Heilige der Softwarebranche. Was seine Schattenseiten, die Unbarmherzigkeit gegenüber seinen Jüngern, in den Hintergrund rücken lässt.

Jeff Bezos, der Amazon-Gründer, ein anderer Fall. Er ist ein Besessener seiner selbst, Getriebener des Gedankens, The winner takes it all und deshalb verzichtet er darauf, Gewinne zu machen, sondern rollt einen Markt nach dem anderen auf. Kalt, strategisch, rücksichtslos. Aber eben auch, genial.

Dann noch die Google Connection, die mit ihrem "don't be evil" beim kritischen Betrachter noch immer ein ironisches Lächeln auf die Lippen zaubert. Die kostenlose Suchmaschine (Außenansicht), die von wahnsinnigen Börsenkursen, sozusagen einer eigenen Bank, getrieben wird, und die in ihrem inneren wohl offensichtlich tatsächlich von der Faszination "Geht noch was? Ich glaube, da geht noch mehr!" getrieben ist. Google, und das ist sein oder ihr Vorteil, verfügt über eine geschlossene Forschungs-, Entwicklungs- Produkt und Vermarktungspipeline. Jeder, auch der und die größte KritikerIn möchte im Googleplex arbeiten. Es herrschen paradiesische Zustände dort (das übrigens soll nicht in jedem Software-Konzern so sein). Und so ist Google ein ständiges Experiment, was die Erschließung neuer

Geschäftsfelder angeht, sei es Google Glases, als Idee, künstliche Intelligenz näher an den Menschen heranzuführen, sei es, Googlecars, das Autos selbstfahrend macht und unterschiedliche Leistungen und Entwicklungen des Unternehmens verknüpft. Und damit die Schumpeter'sche Zerstörung im besten Sinne in andere Branchen trägt.

Warum ich das so ausführlich darlege? Weil ich zeigen will, dass die Suche nach einem unternehmerischen Rezept der falsche Ansatz ist. Anything goes, das amerikanische Prinzip steht über allem. Und am Beispiel Steve Jobs sieht man übrigens, dass nicht alles immer Gold wurde, was er machte, die Geschichte von NeXT war eine Sackgasse, die sich erst dann als Durchgangsstraße erwiesen hat, als sich die Apple Türe wieder geöffnet hat. Der richtige Mann zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Und das Unternehmen Apple, nicht vergessen, stand damals mit dem Rücken zur Wand. Eine Alternative zum Wahnsinnigen Jobs gab es nicht mehr.

Das amerikanische Prinzip des Ausprobierens, des Versuch und Irrtums, des "an die Wand laufens und wieder aufrappeln", des ohne Festlegungen und Voreinstellungen Hinguckens und die Chancen erkennen, die Business Opportunities und es dann tun, das ist die Quelle des neu entstehenden.

Ich weiß, dass dieses "Aufrappeln und erst mal die nächsten Ziele sehen" großen gesellschaftliche Nachteile hat, Ausblenden der anderen, letztlich Elitarismus, die US-Interventionspolitik ist die Kehrseite dieser Haltung, das "immer gleich den Revolver ziehen", aber darum geht es jetzt nicht. Wir wollen wissen, was das Valley so erfolgreich macht. Und hier ist es: Der Glaube an sich selbst! Was immer das sei.

Money. Der Kraftstoff.

Damit das Selbst seinen Glauben umsetzen kann, braucht es Ressourcen. Und hierin, These 2, liegt für mich die eigentliche Legitimität spekulativer Finanzmärkte. Dass sie die Ressourcen

bereitstellen, die Kreative, Wahnsinnige, Besessene, aber auch Zocker, benötigen, um "großes zu tun". Die Flexibilität, die Konkurrenz, die Vielfältigkeit der Motive, das Nebeneinander der Investmentstrategien, das ist der zweite Faktor, der diese Entwicklung so zwingend macht. Nehmen wir doch mal das Beispiel UBER. Man stelle sich vor: Ein Mensch hat eine Idee, nämlich, dass es doch über Handy ganz leicht ist, Fahrzeuge zu identifizieren, die einen mitnehmen könnten. Dass das doch viel einfacher (und kostengünstiger) wäre, als diese ganzen Taxizentralen, in denen sich alte Geschäftsmodelle abschotten, dabei noch teilweise illegaler Arbeitsverhältnissen bedienen, unfreundlich gegenüber Fahrgästen sind, von vielen als zu teuer betrachtet werden. Dass es diesem einen Menschen gelingt, Investoren zu überzeugen, dass er deshalb beginnen kann, seine Expansionspläne auszurollen, dass er das in einer Art globaler Kampagne macht und seinen Spaß dabei hat, als einzelner die ganzen amorphen Kleinunternehmen plus ihren Lobbyisten plus ihren Bedenkenträgern plus den Gutmenschen, den Gegenwartsbewahrern, vor sich herzutreiben und sie in Atem zu halten. Ist das nicht geil? Und zwar, wenn man es mit etwas Distanz betrachtet, auch, wenn man weiß, was das auf der anderen Seite bedeutet?

Klügere wie unser auch gerne zockender Wirtschaftsminister Gabriel haben das auch erkannt (meine These, ohne sie überprüft zu haben): Mit UBER im Rücken hat er jetzt eine Chance, einen seiner sozialdemokratischen Lieblinge durchzusetzen: Den Mindestlohn. Das tut er, eiskalt abwartend und Offenheit gegenüber UBER signalisierend. Tit for tat, wenn du, Taxigewerbe, mir endlich anständigen Mindestlohn garantierst, die Steuern nicht mehr hinterziehst, dann bin ich, Gabriel, bereit, deinen Markt auch künftig abzuschotten. Das muss im Übrigen auch nicht gegen die Interessen von UBER sein, die längst daran sind, einen Plan B zu formulieren: Die Gründung eines Transportunternehmens im Top-Segment, mit super, kampagnenprofiliertem Image, das Top Down den dann vielleicht wieder regulierten Markt aufrollt. Mission completed, schließlich

geht es den Investoren nur darum, ihr Geld wieder zu kriegen. Und der Gründer hat, weitgehend ohne eigenes Geld, die richtige Idee zur richtigen Zeit, ein leistungsfähiges, global aktives Unternehmen etabliert.

Magnetismus. Der Wettbewerb darum, wer es besser macht.

Magnetismus, die dritte Erfolgskomponente, muss nicht weiter erläutert werden. Das Valley ist ein einziges, enges Beziehungsgeflecht. Weiterempfehlungen persönlich und unter der Hand (Jede Compliance Abteilung würde aufgrund der Risikos kotzen), Subjektivität gegen Transparenz, Objektivität, Nachvollziehbarkeit, wie sie in Konzernzentralen, den Verwaltern der Langeweile und Portfolios oder den "Watching Agents" Frauenbewegung, Transparency und wie sie alle heißen, gepflegt werden.

Soweit zum amerikanischen Modell. Und was tun die Europäer?

Europa nörgelt. Und träumt vom ganz grossen Wurf

Es ist nicht so, dass Europa unfähig wäre, Neues zu erfinden. Europa, das bedeutet, eine gut ausgebildete breite Mitte, ordentliche Hochschulen, eine Vielzahl von Hochschulabgänger (die, zumindest in den südlichen Ländern keine Anstellung finden), relativ solide, auch mit EU-Mitteln geförderte Infrastruktur. In vielen Gegenden der USA war das Mobilnetz lange Zeit unterirdisch, das hat den amerikanischen Gründergeist nicht gehemmt (in Europa hätte das zur Forderung nach besserer Infrastruktur geführt, quasi als "Entschuldigung" dafür, dass eben dieser Gründergeist nicht da ist.)

Aber es fehlt, an diesen Spitzenleistungen.

Europa, so argumentieren seine Befürworter, kann es auch. Und führt dann AIRBUS Industries an. Das ist ein Unternehmen, in dem

trotz deutsch-französischem Industrie- und Politikfingerhackeln vermarktungsfähige Produkte entstanden sind. Jetzt wird Airbus Industries als Modell gehandelt, als Blaupause für das Internet.

So ein Quatsch!

Ich will es hier einmal deutlich sagen: Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer! Weil das Modell einmal, mit vielen Geburtswehen, funktioniert hat, ist es noch lange keine Blaupause. Silicon Valley funktioniert ohne Blaupause, mal so, mal so. Es ist ein Irrweg, *das* Modell AIRBUS zu *dem* Modell zu machen! Oder, formulieren wir es freundlicher, es ist *eine* Möglichkeit, aber warum sollen andere Möglichkeiten nicht auch funktionieren können. Und: Der Markt für Flugzeuge und Waffen ist ein spezieller. Der Rahmensetzer ist auch der Abnehmer. Die Flugzeugindustrie ist schon deshalb anders, weil viele Airlines halbstaatlich sind, insofern man auch Nachfrage unterstützen konnte. Derr Rüstungsbereich ist ganz staatlich. Deswegen kann man das Unternehmen füttern, bis es marktreif ist. Jetzt ist Airbus ein starker Player in einem oligopolen Markt.

Dieses Setting trifft für viele Märkte nicht zu. Und im Rüstungsbereich können wir derzeit nachvollziehen, warum das starke Unternehmen Airbus, dieses Geschäft lieber loshaben würde: Weil Politik, zumindest deutsche Politik, in diesem Bereich ein zuverlässiger, sprunghafter, opportunistischer Bündnispartner ist. Sand unter dem Geschäftsmodell.

Dann sind da noch die Beispiele mp3 und GSM, der Mobilfunkstandard. mp3, das hat Deutschland schon verstanden, dass die schönste Entwicklung nichts nutzt, wenn man daraus keine dauerhafte Marktführer-Produktpipeline entwickeln kann. Und der Mobilfunkstandard GSM: ja, das ist ein Standard und der wird jetzt auch in die in den USA entwickelten Smartphones genutzt. Aber damit ist das Problem schon beschrieben: Die Europäer sind schon glücklich, wenn sie zeigen können, dass sie AUCH MAL einen erfolgreichen Technologiestandard setzen konnten. Den Amerikanern

ist das aber egal, dann lizensieren sie ihn einfach, integrieren ihn und arbeiten weiter ihre Technologiepipeline ab.

Die Europäer feiern und verweisen dauernd darauf, dass sie auch mal erfolgreich sind. Die USA machen einfach weiter. Weil es DIE USA nicht gibt, sondern lauter fleißige, willige, hemmungslose, neugierige, wilde, smarte, hemmungslose, manchmal auch betrügerische Akteure. Die registrieren dann auch, wenn etwas schiefgeht. Aber machen einfach weiter. Auch, wil sie gar keine Zeit haben, nachzudenken. Die Treiber sind auch getriebene. Manchmal von den Märkten (Beispiel Smartphones), manchmal von sich selbst (Bezos, Amazon).

Das Problem Europas ist, dass es zu langsam, zu träge, zu wenig unternehmerisch ist, zu wenig den Erfolg will, zu wenig an seinen Erfolg glaubt. Und das Problem könnte auch sein, dass es der Politik an Reflektionsvermögen fehlt, was sie kann und wo sie hinderlich ist. Aber eine realistische Bestandsaufnahme ist der Ausgangspunkt für eine interventionsfähige Strategie.

Bei mir verfestigt sich der Eindruck, dass Europa auch deswegen weniger dynamisch ist, weil sich die Politik mehr und mehr aller gesellschaftlichen Themen bemächtigt, mitreden will, die Themen in ihrem Referenzsystem abbildet, reguliert, auch fördern will und deswegen unternehmerische Dynamik bremst. Sie mutet sich ein Urteil über DAS GANZE zu, antizipiert mögliche Folgen, Chancen und Risiken, bevor diese Entwicklungen eingetroffen sind. Deswegen sind deutsche Datenschutzkonzepte ein weltweiter Renner, deutsche IT-Produkte aber nicht. Deswegen ist auch das deutsche EEG ein weltweites Modell, die deutschen regenerativen Energieunternehmen aber nicht (mehr). Europa denkt systemisch, quasi aus der Gesamtperspektive, von einem fiktiven Ergebnis her, Deutschland allen voran, aber in einer Zeit, die von der kreativen Zerstörung geprägt ist, hilft diese Overall Perspektive nicht, wenn es gilt, den technologischen Hype weiter voran zu treiben.

Und so verhalten sich Deutschland und Europa wie ein Feuilletonist, der davon träumt, auch mal Entwickler zu sein.

Netzidealisten, Datenschützer, Politik und Unternehmen brauchen eine gemeinsame, realistische, Europäische Perspektive

Meine These: In Deutschland, dem derzeit einzigen Land, das derzeit technologisch überhaupt noch mitreden kann (als "Systemintegrator") wird die technologische Diskussion zu sehr ideologisiert und idealisiert. Man redet von Open Source als dem Wunschmodell von Softwareentwicklung, aber es gibt im Weltmaßstab gar keine nennenswerte Software-Industrie. Das Valley ist längst dabei, das zu kombinieren. Android ist Open Source. Und Google nutzt das Open Source Modell in diesem Bereich, weil es gegenüber Apple und Microsoft, Nokia, das jetzt auch Microsoft ist, Entwickler anziehen wollte. Und jetzt mit dem Modell leben muss. Open Source ist und war also nicht einfach ein schönes, ein verträumtes Modell, das weltfremde Entwickler und ihre Jünger in die Welt gesetzt haben, weil sie vom Ideal der kommunistischen Gesellschaft ausgingen, in dem die Früchte von den Bäumen fallen und die Menschen aus freien Stücken und ohne den Wunsch, Einkommen zu generieren, Software schreiben. Manchmal ist die Freigabe von Softwarestücken nützlich, weil dann schneller Neues entsteht und neue Entwickler angesprochen werden. Wenn aber der "Herrscher" über ein Software-Tool dieses beherrschen kann, ist es eine Frage des Kalküls, ob er es freigibt, weil Marktdurchdringung vor der Frage des Revenues rangiert (Tesla und die Freigabe der Batterietechnologie ist dafür ein anderes Beispiel). Oder ob er es schützt. Auch große Unternehmen, SAP, Microsoft, mussten und müssen ihre Geschäftsmodelle unter dem Druck der Konkurrenz ständig umbauen, von teureren Lizensierungen hin zu simpleren Abonnement-Modellen. Die USA leben damit, passen ihre Geschäftsmodelle an. Deutschland debattiert noch immer, ob das

Eine oder das andere richtig ist (Tatsächlich ist es manchmal das eine, manchmal das andere)

Die digitale Agenda

Europa ist Zaungast, was Technologieentwicklung betrifft. Zumindest im Informationstechnologiebereich, der mehr und mehr zur Infrastruktur künftiger Technologieentwicklung wird. Die Schlagworte Tesla/Elektroauto, Google/Selbstfahrende Fahrzeuge sind dafür beredte Beispiele. Die Informationstechnologie, Silicon Valley-basiert, ist im Begriff, die europäische Industrie zu kapern.

Wenn jetzt die deutsche Bundesregierung ihre Digitale Agenda formuliert, wirkt das ein wenig putzig. Die Kanzlerin hat, durch ihren sympathischen Formulierungsstolperer die Nacktheit der deutschen Digitalen Agenda offenbart. Die drei "F"s, vom noch Staatskonzern Telekom formuliert, Frequenzen, Förderung, Festnetz, offenbart, wie provinziell deutsche Politik und Unternehmen denken lassen. Die Agenda der Deutschen Telekom ist damit unversehens zur Agenda der deutschen IT-Politik geworden. Warum steht eigentlich niemand aus den deutschen Unternehmen auf, um mal laut auszusprechen, welche drei "F" IT-Unternehmen brauchen: Faszination, Freiheit, Finanzierung.

Was Europa braucht: Faszination, Freiheit, Finanzierung

Es ist der deutsche Zwang, systemisch zu denken, aus dem Bestehenden heraus Linien fortzuschreiben, der uns daran hindert, erst mal zu tun, und parallel oder etwas zeitversetzt, darüber nachzudenken, wie wir den Zauberlehrling, den wir in die Welt gesetzt haben, wieder einfangen.

Der Unterschied zwischen der Atomtechnologie, von der unsere, grün-deutsche Technologiewahrnehmung geprägt ist und der Denke im Informationstechnologischen Bereich ist doch, dass IT-Technologie eine rollende Innovation ist, während die Atomtechnologie

monolithisch daher kam. Ein Atomkraftwerk bedeutete, die Infrastruktur auf Jahrtausende andauernde Folgewirkungen einstellen zu müssen. Dagegen gilt in der IT-Industrie: Haste nen Bug, machste ein Update. Dieses, im Grunde menschen- und fehlerfreundliche Design, zumal es im Moment noch von einem gnadenlosen Wettbewerb getrieben wird, ist es, was die IT-Industrie trotz aller Verwerfungen so attraktiv macht: Dass sie sich andauernd selbst überrollt. Ein Zustand, von dem ich sehr wohl weiß, dass er nicht ewig anhalten wird.

Europa, und mit der europäischen Digitalen Agenda wird es nicht anders sein als mit der deutschen, wird technologisch nur dann reüssieren, so meine These, wenn sie auf die vorne formulierten anderen drei "F"s setzt: Faszination der Menschen, Neues zu entwickeln, Freiheit für Unternehmen, Neues zu vermarkten und Finanzierung des Ganzen und damit meine ich nicht staatliche Förderung, nein, dafür ist das zu klein und zu langsam, sondern Finanzmarktfinanzierung. Politisch motivierte Förderung ist zu blind, biographisch zu alt, zu "von gestern" und zu langsam natürlich auch. Die Alternative dazu lautet: Öffnung der europäischen Finanzmärkte für internationales Risikokapital für Forschung und Entwicklung.

Das vierte "F": Frameworking!

Politik wird damit nicht unwichtig. Ein viertes "F" müsste, in Reflektion der europäischen Tradition hinzukommen: Frameworking. Wie, frage ich, lässt sich ein neues, flexibles und zeitgemäßes systemische Framework formulieren, das die Dynamik global entfesselter Informationstechnologie ebenso reflektiert und einbindet wie das Bedürfnis, Gesellschaft als wirtschaftlich erfolgreiches, ökologisch nachhaltiges und sozial zusammenhaltendes Ganzes zu erhalten und zu erneuern.

An dieser Stelle hat Politik ihren Platz, deutsche Politik ebenso wie europäische Politik. Und nicht in den immer gleichen Förderprogrammen, die langsam, zäh, nach nationalen und

parteilichen, “political korrekten” Kriterien vergeben werden. Diese Kriterien sind untauglich, weil es nicht gelingt, damit konkurrenzfähig zu werden gegenüber dem amerikanischen Gründergeist, der, von Finanzmarktmilliarden getrieben, die besten Köpfe der Welt anzieht. Nein, auch hier bedarf es einer Gründerkultur, die jetzt langsam entsteht, und einer Anerkennung des Unternehmerischen als Motor und Kraftspender eines partizipativen, gemeinwohlorientierten Gemeinschaftsgeistes.

Open Your Eyes: Was Europa tun kann.

Einmal die Augen aufmachen. Wahrzunehmen, was im Weltmaßstab stattfindet und sich einzugestehen, dass diskursive Verfahren zu langsam sind, um konkurrenzfähig zu sein.

Die Konsequenz: Nicht (politisch) machen, sondern machen lassen. Also die Erschließung zusätzlicher Finanzierungsquellen.

Dann zum Zweiten eine realistische Debatte darüber, wie demokratische Werte in Zeiten des Umbruchs “zukunftsfähig” gemacht werden. Es geht um eine Überarbeitung des Denk- und Begriffsapparates. Ich will das an einigen Begriffen erläutern. Selbstbestimmung, Privatheit, Datenschutz. Wer die deutsche, und diese ist die vorherrschende, Interpretation dieser Begriffe zugrunde liegt, landet immer beim Maximum. Maximale Selbstbestimmung, maximale Privatheit, maximaler Datenschutz. Es ist, so meine ich, an der Zeit, zu verstehen, dass Selbstbestimmung auch bisher nicht tatsächlich maximale Selbstbestimmung ist, sondern wir sehr wohl, und zwar in erheblichem Umfang, Zugeständnisse zu machen bereit sind. Wir tolerieren jede Menge von Einschränkungen, die Einschränkungen sozialer Natur, weil die Tradition es verlangt, die ökonomischer Natur, weil unser Arbeitgeber es verlangt. Und jetzt geht es darum, unser Wahrnehmungs- und Rechtssystem so anzupassen, dass Selbstbestimmung auch informationell Kosten-Nutzen-Abwägungen, die implizit und explizit stattfinden, zulässt und wir ein neues Konzept, ein neues Begriffs- und Rechts-

System informationeller Checks and Ballances in unseren Begriffsapparat und unser Rechtssystem einpflegen.

Da stehen wir ganz am Anfang.

Und der ist davon gekennzeichnet, dass politisch einerseits Selbstbestimmung proklamiert wird, beispielsweise mit Geschäftsbedingungen flankiert wird, die jeder von uns sofort zustimmende wegklickt, obwohl er die Risiken kennt. Wir bezahlen mit unseren Daten, ja. Und die Gefahr besteht, dass unsere Daten, unser Datenprofil sich so verdichtet, dass es wie ein prospektiver Schatten uns vorseilt und uns sanft, mehr als orwellhaft, den Weg weist. Aus die Maus Selbstbestimmung. Hier sollte die Debatte ansetzen, mit welchen Begrifflichkeiten, welchen Konzeptionen wir international interventionsfähig sind. Ist es Transparenz? Sind es technische Interventionen, die es dem Einzelnen ermöglichen, "ich bin jetzt mal weg!", sich auszublenden, vollständige Profile zu verhindern? Oder eben: Die es ihm ermöglichen, diese Profile für ihn selbst sichtbar zu machen.

Der Traum vom freien, dezentralen, durch Menschen bester und selbstlosester Besinnung getragenen Netz ist verstorben, in weiterhin großen Auflagen trauert Sascha Lobo dem jetzt theatralisch nach.

Geschenkt! Es geht um differenzierte Wahrnehmung, Abwägung und einen Korridor, in dem unsere Vorstellungen und Wünsche von Demokratie, politischer Einflussnahme mit den globalen Faktizitäten in Relation gesetzt werden. Mehr nicht. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung ist nicht tot, es war aber immer nur ein Anspruch. Der auch in unserer "alten Offline-Welt nie 100%ig gegriffen hat. Also lasst uns darüber reden, wie beide Elemente einer bisher nicht zusammengedachten Realität, der wirtschaftlichen und der gesellschaftlichen, einen begehbaren Pfad definieren könnten. Es geht um eine eigenständige informationelle gesellschaftliche Innovationsstrategie.

Anhang: Relvante Papiere/Veröffentlichungen

Abrufbar unter:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tOcP_Q1G0dnHYay_r354fMzCvtNqyaY4GK7RpaggZQs/edit?usp=sharing

ÜBER UNS

KovarHuss Policy Advisors GmbH, Berlin wurde 2011 gegründet. Einer der Arbeitsschwerpunkte ist Gesundheitspolitik.

Demographie, Technologie und Verbrauchersouveränität erfordern unverzügliche Veränderung für das Gesundheitssystem. Das waren die wichtigsten Ergebnisse der 2012 vorgelegten Arena-Analyse Gesundheit. Wie werden Politik und Selbstverwaltung diesem Veränderungsdruck aufnehmen? Eine erste Einschätzung der Gesundheitspolitik in der 18. Legislaturperiode in unserem Working Paper Gesundheit 18.0. Der Tabellenteil enthält die Beschlüsse des Koalitionsvertrags in offener Tabellenform. Mit Gesundheit 18.1. liegt bereits ein erstes Update vor.

Leistungen:

Wir beraten Unternehmen, die bessere Lösungen suchen. Denn eine Gesellschaft im Wandel braucht Akteure, die neue Wege gehen. Wir beobachten Issues und Trends, wir schaffen Kontakte, bauen Netzwerke und bringen ihre Anliegen zur Geltung. In Ministerien, Bundestag, nachgeordneten Behörden und der mächtigen Selbstverwaltung.

Links:

www.kovarhuss.de/downloads

Kontakt:

Nikolaus Huss
Managing Partner
KovarHuss GmbH Policy Advisors
Unter den Linden 21, 10117 Berlin, Deutschland
T: +49 (30) 767 7183-3, F: +49 (30) 767 7183-8, M: +49 (157) 7 1944 544
nh@kovarhuss.de
www.kovarhuss.de
Blog: www.out-of-the-box-health.de

Kontakt und V.i.S.d.P:

Nikolaus Huss
KovarHuss GmbH
Unter den Linden 21
10117 Berlin
030/767 71833
nh@kovarhuss.de
www.kovarhuss.de

