

„Wir brauchen eine soziale Datenwirtschaft“

Anke Bunz, DSGVO

Die Strategie von Kreditinstituten ist zunehmend vom Wettbewerb in digitalen Märkten geprägt. Im Interview spricht DSGVO-Präsident Helmut Schleweis über die Chancen Europas in der Plattformökonomie, die Rolle der Sparkassen und die Sicht der Kunden.

DSZ: Herr Schleweis, alle reden von der Plattformökonomie. Was hat das mit Sparkassen zu tun?

Helmut Schleweis: Weltweit gibt es die Tendenz zu einer durch Big Data und künstliche Intelligenz gesteuerten Wirtschaft. Digitale Plattformen schieben sich zwischen die bisherigen Produkthanbieter und deren Käufer. Damit ziehen sie wesentliche Teile der Wertschöpfung ab, auch von unseren Kunden. Es ist ein neuer Wettbewerb – ein Wettbewerb um den Zugang zum Kunden. Den spüren wir selbst als Anbieter von Finanzdienstleistungen – aber unsere gewerblichen Kunden für ihre Produkte genauso.

DSZ: Wie konnten die großen Plattformen eine solche Zugkraft entwickeln?

Schleweis: Die meisten digitalen Produkte werden umso attraktiver, je mehr Menschen sie nutzen – sie verstärken sich selbst. Facebook, Twitter, Whatsapp oder Instagram beziehen ihre Attraktivität vor allem von der Zahl der vernetzten Nutzer. Amazon lebt davon, dass man dort praktisch alles findet. Und Google benutzen wir deshalb, weil wir dort die meisten Daten und damit die besten Suchergebnisse finden.

Das alles basiert auf Größe und Konzentration, wir können auch Monopolisierung sagen. Diese sogenannten Netzwerkeffekte begünstigen eine Konzentration auf sehr wenige Anbieter. Sie können sogar noch verstärkt werden, wenn Anbieter ihren Nutzern kaum noch die freie Wahl lassen, was diese kennenlernen, haben oder nutzen möchten. Etwa wenn sie diese in geschlossenen Systemen fangen.

„Es gibt die reale Gefahr, dass die Europäer im Wettbewerb der Zukunft zu geduldeten Verbrauchern und geduldeten Zulieferern großer amerikanischer oder chinesischer Plattformen werden“, sagt Helmut Schleweis.

(© Picture Alliance)

DSZ: Und sehen Sie da Regelungsbedarf?

Schleweis: Ja, weil eine Marktwirtschaft von Wettbewerb, unterschiedlichen Angeboten und immer neuen freien Entscheidungen der Verbraucher lebt. Wir brauchen deshalb besonders in der digitalen Marktwirtschaft faire Wettbewerbsbedingungen. Man muss schon schauen, inwieweit die starke Rolle der Plattformen die Spielregeln für alle anderen verändert. Denn wer den Marktplatz regiert, kann ja dann auch erhebliche Teile der Marge abschöpfen.

DSZ: Das heißt, die Konzentration auf wenige Anbieter ist erst einmal ein technisches Phänomen, und der Rechtsrahmen muss diese Entwicklung erst noch aufgreifen?

Schleweis: Ein Beispiel: Der Trend zur Sprachsteuerung wird dazu führen, dass Ihnen künftig etwa über Alexa noch genau ein Ergebnis einer Suchabfrage präsentiert wird. Wer als Anbieter nicht diesen ersten Platz erobert, findet aus Kundensicht nicht mehr statt.

Wie dieses Ergebnis zustande kommt, ist allerdings nicht mehr transparent und auch kaum kontrollierbar. Es unterliegt der Entscheidung weniger globaler Unternehmen. Diese neue Form der Monopolisierung von Daten muss wettbewerbsrechtlich erfasst werden.

Oder ein zweites Beispiel: Jahrhundertlang haben wir zu Recht getrennt zwischen denen, die einen Marktplatz betrieben, und denjenigen, die darauf ihre Waren angeboten haben. Dass heute der weltgrößte Marktplatzbetreiber die Daten aller Marktstände auswertet und dann entscheidet, ob er lieber selbst anbieten und unterbieten will, hat eine neue Qualität. Das alles erfordert eine Modernisierung des Wettbewerbsrechts.

DSZ: Die großen Datenunternehmen kommen ja oft aus den USA oder China. Manche sprechen schon von einem Kampf der Systeme.

Schleweis: Ja, es gibt einen globalen Systemwettbewerb mit erheblichem Vorsprung von Bigtechs und einer chinesischen Staats-Digitalwirtschaft. Und damit gibt es die reale Gefahr, dass die Europäer im Wettbewerb der Zukunft zu geduldenen Verbrauchern und geduldeten Zulieferern großer amerikanischer oder chinesischer Plattformen werden.

„Wir müssen europäisch kooperieren“, sagt Helmut Schleweis.

(© Picture Alliance)

Wir müssen deshalb in Europa aufwachen, hier einen klaren politischen und wirtschaftlichen Schwerpunkt setzen und in neuer Weise europäisch kooperieren. Auch das verlangt übrigens eine Modernisierung des Wettbewerbsrechts.

DSZ: Sollte sich Europa nicht durch Datenschutz auszeichnen?

Schleweis: Ja und nein. Wir sollten uns dadurch auszeichnen, dass wir die informationelle Selbstbestimmung der Bürgerinnen und Bürger nach oben stellen. Das schließt eine ständige Erfassung aller Daten, etwa durch Gesichtserkennungen und Social Scorings wie in China, ebenso aus wie eine unbedachte Datenbereitstellung auf Plattformen amerikanischer Bigtechs aus reiner Bequemlichkeit.

Es bedeutet aber nicht, auf die Möglichkeiten der Datennutzung zu verzichten – eher im Gegenteil. Wir müssen mehr Daten sammeln und auswerten. Wichtig ist aber, dass wir sie nur mit Zustimmung und im Interesse einzelner Menschen nutzen.

DSZ: Steht da nicht der europäische Datenschutz im Wege?

Schleweis: Meistens nicht, weil es meist gar nicht um personenbezogene Daten geht. Uns steht eher unsere eigene Mentalität im Wege. Etwas holzschnittartig: Chinesen sammeln Daten, um eine aus ihrer Sicht ideale kollektive Gesellschaft zu formen. Amerikaner sammeln erst einmal möglichst alle Daten, um sie später einmal zu Geld zu machen. Und wir Deutschen fragen als erstes, ob wir die Daten sammeln müssen und wenn ja, wozu. Mit diesem Vorgehen werden wir ins Hintertreffen geraten.

DSZ: Was könnte Europa tun, vielleicht ja auch durch Anregungen aus Deutschland?

Schleweis: Wichtig wäre, Innovationen und Kooperationen europäischer Anbieter zu erleichtern, die ein Gegengewicht bilden können. Unsere Stärke sind die vielen sehr innovativen mittelständischen Anbieter. Sie müssen leichter kooperieren können, um europäische Skaleneffekte zu nutzen und eigene digitale Infrastrukturen aufzubauen, etwa im Zahlungsverkehr. Auf dieser mittelständischen Basis sollte auch eine europäische Wirtschaftspolitik basieren.

„Wir sollten uns dadurch auszeichnen, dass wir die informationelle Selbstbestimmung der Bürgerinnen und Bürger nach oben stellen“, sagt Helmut Schleweis.

(© mauritius)

DSZ: Stichwort Zahlungsverkehr – der läuft ja in der digitalen Welt über Schnittstellen. Und der Bundestag hat jüngst eine Regelung verabschiedet, die besagt, dass Schnittstellen für digitale Leistungen nicht einseitig verschlossen werden dürfen. Wie sehen Sie das?

Schleweis: Mit der PSD 2 wurden Banken verpflichtet, Schnittstellen zu bauen, über die fremde Zahlungsdienstleister Kundendaten abfordern können. Das ist zwar nur mit der Zustimmung der Kunden möglich. Problematisch daran ist allerdings, dass die meisten Kunden gar nicht merken, dass sie fremden Unternehmen die Befugnis

geben, ihre Kontoumsätze einzusehen. Ich glaube nicht, dass sie das wirklich wollen, was sie da anklicken.

Allerdings gilt diese Verpflichtung zur Datenbereitstellung bisher nur in eine Richtung, sie trifft einseitig die Kreditinstitute. Die Pflicht zur Öffnung von Schnittstellen bei systemrelevanten Anbietern ist daher ein wichtiger Schritt Richtung fairen Wettbewerbs.

DSZ: Neben den technischen und rechtlichen Aspekten gibt es ja auch noch die gesellschaftlichen und persönlichen Fragen. Vielen Menschen macht die Plattformökonomie tatsächlich Angst.

Schleweis: Stimmt. Bei vielen Menschen gibt es berechtigte Sorgen, nicht mehr „Herr der eigenen Daten“ zu sein. Ein so stark geregelter Bereich wie die Kreditwirtschaft kann jedoch besonders dazu beitragen, dass die Datensouveränität für den Einzelnen, für Unternehmen und die Volkswirtschaft erhalten bleibt. Wir stärken die Menschen, wenn wir ihre digitale Identität schützen.

DSZ: Und wo sehen Sie da die Rolle der Sparkassen?

Schleweis: Als Sparkassen-Finanzgruppe verwahren wir sicher die Daten von rund 50 Millionen Deutschen und drei Vierteln aller deutschen Unternehmen. Über Zahlungsverkehrsvorgänge kann man nahezu alles über Menschen erfahren. Deshalb ist es so wichtig, dass diese Daten in vertrauenswürdigen Händen bleiben. Deshalb wollen wir an einem einheitlichen deutschen und europäischen Zahlungssystem mitarbeiten. Wir werden dabei aber nicht Daten unserer Kunden gegen deren Wunsch preisgeben.

DSZ: Was ist der Wert von Daten?

Schleweis: Daten sind aus meiner Sicht der wichtigste Rohstoff der Zukunft. Wer über sie verfügt und andere gegebenenfalls aussperrt, kann sich erhebliche Wettbewerbs- und Machtvorteile verschaffen. Es ist deshalb sehr wichtig, dass den Menschen bewusst wird, was ihre Daten wert sind und wem sie diesen Wert anvertrauen. Daten sind heute ein Zahlungsmittel, das man nicht unbedacht verschenken sollte.

Wir unternehmen deshalb sehr viel, um die Daten unserer Kunden gegen die rasant wachsende Datenkriminalität zu schützen. Das kostet natürlich auch viel Geld. Schon deshalb müssen Girokonten etwas kosten.

DSZ: Was bedeutet das politisch?

Schleweis: Wir brauchen in Europa eine Form der Marktwirtschaft, die den wirtschaftlichen Wert von Daten erkennt, den daraus entstehenden Wohlstand aber fair verteilt. Man kann sagen: Wir brauchen eine europäische „soziale Datenwirtschaft“.

Anke Bunz, DSGVO: „Wir brauchen eine soziale Datenwirtschaft“, in SparkassenZeitung (14. Februar 2020). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/politik/-wir-brauchen-eine-soziale-datenwirtschaft.html>. Abgerufen am: 26. Februar 2020



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online