

21/2021

PLANWIRTSCHAFT DIGITAL – CHINAS WEG ZU EINEM DIGITALEN ÖKOSYSTEM JENSEITS VON PLAN UND MARKT

AUF EINEN BLICK

China befindet sich inmitten der Transformation von der „Werkbank der Welt“ zur Netzwerkökonomie. Staatliche Infrastrukturprogramme treiben Hand in Hand mit großen Digitalkonzernen wie Alibaba diese Entwicklung voran. Deren Erfolgsrezept, digitale Ökosysteme zu schaffen, die mit Unmengen an Echtzeitdaten gefüttert und mithilfe von „Netzwerkintegration“ und „Datenintelligenz“ gesteuert werden, fließt zunehmend auch in die Systeme staatlicher Steuerung ein. China ist dabei, den Prototyp einer digitalen Planwirtschaft zu entwickeln, jenseits der Dichotomie von Plan und Markt.

DIGITALES CHINA

China ist längst nicht mehr nur die verlängerte industrielle Werkbank der Welt, seit einigen Jahren steuert die Führung des bevölkerungsreichsten Landes der Erde um in Richtung digitale Dienstleistungswirtschaft. Ziel sei es, China zu einer modernen „Netzwerkökonomie“ zu verwandeln, betont die Ökonomin Yu Hong, daher habe die Staatsführung Informationstechnologien zur Schlüsselindustrie erklärt (Hong 2017: 3). Die Wirtschaftswissenschaftler Philipp Staab und Florian Butollo attestieren China eine „investive Staatlichkeit“, die ihrer Ansicht nach das technologische Engagement des Pentagons für das Silicon Valley bei Weitem übertrifft: Sie sehen darin einen entscheidenden Vorteil des chinesischen Modells gegenüber dem US-amerikanischen Original.

Ein auf niedrigen Löhnen basierendes, exportorientiertes Akkumulationsmodell wird Schritt für Schritt abgelöst durch eines, in dem Informations- und Kommunikationstechnologien priorisiert werden. In der Tat sehen die 2015 beschlossenen Strategiepläne „Made in China 2025“ und „Internet Plus“ vor, in Zukunftsbereichen wie Computer- und Netzwerktechnik, künstlicher Intelligenz und Robotik die Technologieführerschaft zu erreichen. „Informatisierte Industrialisierung“ nennt die Generalsekretärin der China Society of World

Economics, Shao Binhong, das staatlich orchestrierte Programm treffend (Binhong 2018: 86).

Neben den staatlichen Infrastrukturprogrammen haben insbesondere die chinesischen Digitalkonzerne diese Entwicklung angetrieben. Während der Staat die notwendigen Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für das Entstehen einer digitalen Plattformökonomie bereitstellte, sind mächtige Internetkonzerne entstanden. Ihre Anwendungen sind technologisch Spitze, ihre Nutzerzahlen, ihr Datenvolumen und ihre Umsätze brauchen sich hinter denen ihrer Vorbilder aus dem Silicon Valley nicht zu verstecken. Die chinesischen Digitalkonzerne ziehen vergleichbare Summen an Risikokapital an, wie deren US-Pendants, sie „schreiben die Regeln in China neu, verändern dabei das Land und schaffen einen Markt, der im Laufe der Zeit enorme Auswirkungen auf den Rest der Welt haben wird“, betont Edward Tse, renommierter Experte für die chinesische Wirtschaftsentwicklung (Tse 2016: xii).

Andererseits ist China seinem Selbstverständnis nach ein sozialistisches Land, das sich in der „Vorstufe des Sozialismus“ befinde, so die offizielle Sprachregelung; Schlüsselindustrien sowie sämtlicher Grund und Boden befinden sich nach wie vor in Staatseigentum. Chinas rasante digitale Industrialisierung weist zudem starke planwirtschaftliche Aspekte auf, die weit über Wirtschaftsförderung und Infrastrukturpolitik hinausgehen. Anfang März 2021 verabschiedete der Nationale Volkskongress den mittlerweile 14. Fünfjahresplan seit der Staatsgründung, der die Marschrichtung für das Riesenland vorgibt. Marktkräfte spielen zwar eine wichtige Rolle in Chinas dynamischer Wirtschaftsentwicklung, oft sind jedoch staatliche Vorgaben entscheidend, und auch Chinas Provinzen und lokale Verwaltungen spielen eine wichtige Rolle für die Innovationsdynamik in dem Land, so die These von Yukong Huang, dem ehemaligen Direktor der Weltbank für China (Huang 2017: 2).

>

LAND DER EXPERIMENTE

In den 1990er und 2000er Jahren konzentrierten sich viele chinesische Unternehmen noch auf das Nachbauen und Kopieren westlicher Geräte und Dienste (shanzhai), versuchten durch Joint Ventures mit ausländischen Firmen, Know-how ins Land zu holen. Die in wenigen Jahren zu Riesenkonzernen gewachsenen Start-ups der chinesischen Digitalökonomie durchlebten schnelle Lernprozesse, bewegten sie sich doch in einem „komplexen, sich schnell ändernden und oft mehrdeutigen Geschäftsumfeld“ in China (Tse 2016: 21). Regulatorische Randbedingungen verändern sich oft über Nacht, und die großen Unterschiede zwischen Stadt und Land stellen die Unternehmen zusätzlich vor Herausforderungen.

In der Digitalwirtschaft hat sich das Verhältnis mittlerweile umgekehrt, heute versuchen außerchinesische Unternehmen, Konzepte etwa die von WeChat oder TikTok zu kopieren. Inzwischen sind Chinas Digitalkonzerne in Bereichen wie künstlicher Intelligenz, digitalen Transaktionen und nutzerorientierten Diensten selbst zur Weltspitze vorgedrungen. Zunehmend versuchen internationale Firmen, Trends in China auszumachen und Konzepte chinesischer Start-ups zu übernehmen, betont Samm Sacks vom Center for Strategic and International Studies (Sacks 2018: 13).

Die Kultur des Ausprobierens ist für die digitale Ökonomie essenziell: Ständige Verbesserungen, das Einholen von Kundenfeedback und schnelle Reaktion auf technische Fortschritte, Marktentwicklungen und Kundenwünsche sind in der Plattformökonomie unerlässlich, um erfolgreich zu sein – das gilt für Chinas Perfluss-Delta mit seiner „Hauptstadt“ Shenzhen genauso wie für das amerikanische Original in Kalifornien. China kann in dieser Hinsicht auf eine lange Tradition im Experimentieren und Reformieren zurückgreifen, man denke nur an die katastrophal gescheiterte Politik des „Großen Sprungs nach vorn“ unter Mao Tse-tung oder an Deng Xiaopings pragmatische Liberalisierung. Gerade die riesigen Sonderwirtschaftszonen, die im Zuge von Dengs Reform- und Öffnungspolitik entstanden waren, hatten durchaus den Charakter von Experimentiererräumen, in denen gesellschaftspolitische Experimente auf großem Maßstab stattfanden und immer noch stattfinden.

Die Anthropologin Silvia Lindtner bezeichnet China gar als „prototype nation“, also als ein Land, das sich das Erstellen erster Testversionen eines Geräts oder Funktionsprinzips, das als Ausgangspunkt für weitere Ableger dient, auf die Fahnen geschrieben hat. In ihrer gleichnamigen Untersuchung der Hacker- und Start-up-Szene in Chinas Sonderwirtschaftszonen beschreibt sie nicht nur deren Kultur des Ausprobierens und Tüftelns, sondern auch deren Förderung durch die Kommunistische Partei (KPCh). Anlässlich einer Reise nach Shenzhen erklärte Chinas Premier Li Keqiang 2015 „Massen-Innovation und Massen-Unternehmertum“ als wegweisend für Chinas Zukunft. Lindtner schreibt, in China gelte nunmehr „prototyping in großem Maßstab als vielversprechender Weg, um in fest verwurzelte Strukturen von Ungleichheit, Ausbeutung und Ungerechtigkeit einzugreifen“ (Lindtner 2020: 1).

ALIBABA – CHINAS DIGITALER GIGANT

Die ganze Widersprüchlichkeit der derzeitigen Transformation Chinas in eine digitale Service-Ökonomie lässt sich an einer Person festmachen: Jack Ma, Gründer des Technologiekonzerns Alibaba und Chinas bekanntester Unternehmer, repräsentiert wie niemand sonst die entfesselte Dynamik eines digitalen Kapitalismus chinesischer Prägung. Der Milliardär, der auch Mitglied der KPCh ist, begründete eines der größten kapitalistischen Handelsunternehmen der Welt. Ende der 1990er Jahre ging der Englischlehrer Jack Ma mit einer E-Commerce-Website online. Heute ist ein Technologieunternehmen daraus geworden, das in Cloud-Computing, künstlicher Intelligenz und weiteren technologisch avancierten Bereichen aktiv ist. Alibaba ist wie Amazon ein riesiger Onlinemarktplatz, auf dem viele Millionen Unternehmen und Einzelpersonen Geschäfte tätigen – ein digitales Ökosystem.

„Deep retail“ heißt das Erfolgsrezept von Alibaba, mit dem das Unternehmen Skalierbarkeit, schnelle Anpassungen und dauerhafte Kundenbindung gleichermaßen erzielen kann. Der ehemalige Stabschef und Strategieberater der Alibaba Group, Ming Zeng, hält zwei Faktoren für das erfolgreiche Management von Alibaba für entscheidend: „network coordination“ und „data intelligence“. Netzwerkkoordination bedeutet dabei, dass alle Aktivitäten wie Vertrieb, Marketing und alle Aspekte der Produktion in „dezentrale, flexible, skalierbare und global optimierte Prozesse umgewandelt“ werden. Als Datenintelligenz bezeichnet er das Zusammenspiel von Empfehlungsalgorithmen und automatisierter Entscheidungsfindung, die auf Echtzeitdaten basiert. Datenintelligenz ermögliche „automatische Koordination mit nahezu unbegrenztem Umfang und unbegrenzter Anzahl von Partnern über das Internet“ (Zeng 2018: 23).

Zengs Konzept basiert auf Prinzipien, die der Kybernetik entlehnt sind: kleine Einheiten, die lose miteinander gekoppelt sind (Regelkreise), und eine konsequent umgesetzte datengespeiste Optimierungsschleife. Ming Zeng spricht vom „neuen Planen“, einem datenbasierten Experimentierprozess, der auf der ständigen Einbeziehung der Kunden basiert und für den „Daten das wichtigste Kapital“ darstellen (Zeng 2018: 23, 25). Ziel sei die auf Echtzeitdaten basierende automatisierte Entscheidungsfindung. Und Zengs ehemaliger Chef ergänzt diese datengetriebene Planlogistik noch um die gesellschaftliche Dimension: „Big Data wird den Markt intelligenter machen und es ermöglichen, die Marktkräfte so zu planen und vorherzusagen, dass wir endlich eine Planwirtschaft erreichen können“, verkündete Ma auf einer Konferenz 2016.

DER GEIST IST AUS DER FLASCHE

Jack Ma gab das Ziel aus, Alibaba als Global Player zu etablieren: „Bis 2036 will Alibaba zwei Milliarden Kunden bedienen, 100 Millionen Arbeitsplätze schaffen und zehn Millionen Firmen in die Lage versetzen, profitable Unternehmen zu starten, die Online- und Offline-Handel miteinander verbinden“ (Zeng 2018: ix). Die gewaltigen Dimensionen solcher hochfliegenden Pläne unterstreicht Jack Ma, um den ein regelrechter Personenkult entstanden war vergleichbar mit demjenigen um den Tech-Unternehmer Elon Musk, wenn

er Alibaba als zukünftige „fünftgrößte Volkswirtschaft der Welt“ ansieht und unterstreicht so, welche Macht und Bedeutung sie im zeitgenössischen China erlangt haben.

Das Verhältnis der chinesischen Regierung zu den Digitalkonzernen ist jedoch durchaus kompliziert, deren Machtzuwachs wird stetig aufmerksam beobachtet und, wenn für nötig befunden, begrenzt. So reagierte die Partei- und Staatsführung um Xi Jinping etwa im November 2020, als kurzfristig der Börsengang der Ant Financial Services Group, einer Tochtergesellschaft der chinesischen Alibaba Group, gestoppt wurde. Zwischenzeitlich deutete sich gar eine Verstaatlichung der Firma an, nachdem deren Gründer Jack Ma, der zu einer Art China-Erklärer und charismatischem Emissär der chinesischen Politik geworden war, im Oktober 2020 die chinesische Politik im Finanzsektor scharf kritisiert hatte. Chinas Führung will keine Plattform-Finanzinstitutionen zulassen, denn das staatliche Monopol auf Finanzmärkte ist eine der wichtigsten Regulierungsinstrumente in China. Der Vorfall mit Jack Ma könne ein Wendepunkt für Chinas Technologiesektor darstellen, mutmaßt Rebecca Fannin, Gründerin der Forschungsgruppe Silicon Dragon Ventures.

Die Situation erinnert – trotz gänzlich differenter Vorgeschichte – an die Situation in der westlichen Welt: Auch in Europa und den USA ist seit Jahren die Debatte darüber im Gange, wie die Macht der Digitalkonzerne beschränkt werden kann. Die Regulierung von Digitalkonzernen, Herrscher über die mächtigsten Datensammlungen, steht auf der Tagesordnung, haben diese doch die Dimensionen von Nationalstaaten erreicht, konkurrieren mit deren traditioneller Rolle in der Bereitstellung digitaler „public services“. Zunehmend können sie entscheidenden Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse nehmen und werden zu Konkurrenten der Staaten selbst und fordern ihre Souveränität heraus.

Die KPCh steckt hier in einem Dilemma: Sie möchte es sich nicht verscherzen mit der urbanen Mittelklasse, die westlich geprägten Konsum anstrebt und die Innovationen und Dienste der Digitalwirtschaft nicht missen möchte. Andererseits will sie ihre Deutungshoheit und Machtposition nicht infrage gestellt sehen – auch nicht von mächtigen Digitalkonzernen.

JENSEITS VON PLAN UND MARKT: PLANNING

Marktwirtschaft oder Planwirtschaft waren lange Zeit die beiden konkurrierenden Antworten auf die von Friedrich Hayek formulierte These, Planwirtschaft sei zum Scheitern verurteilt, weil erforderliche Daten auf einzelne Akteure dezentral verteilt seien, und damit grundsätzlich außerhalb der Zugriffsmöglichkeiten zentraler Planungsinstitutionen. Für den Kapitalismus galt Erstere zugleich als natürliches Ideal, während der Sozialismus immer beanspruchte, vernünftige Planwirtschaft zu realisieren und damit den chaotischen Markt, die blinde Konkurrenz und unvorhersehbare Überproduktions- und andere Krisen überwinden zu können.

Die chinesischen Ökonomen Binbin Wang und Xiaoyan Li argumentieren, dass die heutigen Onlineplattformen – meist als Monopole agierend – zwar zentralen Planungsinstitutionen ähneln, viele Missstände früherer Planwirtschaften – übermäßige

Machtkonzentration, Korruption und irrationale Entscheidungen – jedoch durch Big Data vermieden werden könnten. Die enormen und äußerst detaillierten Datenmengen ermöglichten es den Planer_innen auch, Verbraucher_innen eine individuellere Auswahl zu bieten (Wang: 2017). Jenseits der unübersichtlichen Frage, ob in China jetzt Sozialismus oder Kapitalismus herrscht, beantwortet der digitale Sektor dort die Frage mit einer dritten Antwort: „planning“. Das neue Planen ist ein mit Echtzeitdaten gefüttertes, sich ständig korrigierendes Planungskontinuum, das gleichzeitig dem Ideal des auf Dauer gestellten Experimentierraums gerecht zu werden sucht.

Das Paradigma des digitalen Kapitalismus lässt sich auf die Formel „Daten gegen Convenience“ bringen, also die Herausgabe persönlicher Daten, das Tracken sämtlicher Äußerungen und Aktivitäten im Austausch gegen kostenlose Services. Der Gesellschaftsvertrag des modernen China ergänzt diese Formel noch um einen weiteren Aspekt: „Konformität gegen Prosperität“, also die Selbstbeschränkung auf akzeptiertes Verhalten gegen Teilhabe am (digitalen) Fortschritt. Das Schürfen von Daten aus allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens (Data-Mining) wird in China nicht nur für die Profitzwecke privater Akteure betrieben, sondern auch für staatliche Informationsbeschaffung und planerischen Input genutzt.

Als strategischen Vorteil des chinesischen Wegs nennt die an der Communication University of China lehrende Han Xinhua die Synchronisierung staatlicher und privater Ausbeutung von Big Data und spricht lapidar von „Synergieeffekten“. Aus der Logik eines Staats, der sich die Modernisierung des Landes und die Erziehung und Kontrolle seiner Bevölkerung gleichermaßen auf die Fahnen geschrieben hat, erscheint die doppelte Verwendung von digitalen Daten sowohl zur gesellschaftlichen Planung als auch zur Bevölkerungssteuerung nur konsequent.

CHINA ALS PLATTFORM

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass in China zwei auf den ersten Blick gegensätzliche Elemente zusammenkommen – eine staatlich gelenkte planerische Politik, die eine digital-industrielle Modernisierungsagenda vorantreibt auf der einen Seite und ein dynamischer privatkapitalistischer Digitalsektor auf der anderen. Beide speisen die immense digitale Datenmenge, die in diesem Riesenland erhoben wird, als Ressource für planerisches Vorgehen in ihre Feedback-Infrastrukturen ein und nutzen sie so als Grundlage für detaillierte Planung – von Echtzeitregulierung auf der Mikro-Ebene bis zum Jahrhundertprojekt „Aufbau des Sozialismus mit chinesischen Charakteristika“.

Auch zeigt sich, dass Markt und Plan gar nicht die Gegensätze sind, als die sie in der Debatte seit Hayek und Co., verstärkt durch die Systemkonkurrenz zwischen Sozialismus und Kapitalismus, meist verhandelt werden: In Anlehnung an Philipp Staabs Beschreibung von plattformkapitalistischen Akteuren als Betreiber „proprietärer Märkte“, als monopolistische Marktplätze, auf denen die Betreiber der Plattform selbst als Akteure auftreten, könnte man das Bild der Plattform auf Chinas digitale Ökonomie insgesamt übertragen: Wir haben es mit einem proprietären, staatlich kontrollierten Markt zu tun, auf dem staatlich Akteure selbst agieren neben

privatwirtschaftlichen, die sich der ständigen Gefahr ausgesetzt sehen, befördert, aber auch gestützt, ermutigt, aber auch in die Schranken gewiesen zu werden.

Die Managementphilosophie von Alibaba („deep retail“), die auf „Netzwerkintegration“ und „Datenintelligenz“ baut, die Echtzeitdaten aus dem Gesamtsystem in eine vorausschauend-planerische Entscheidungsmechanik einspeist, findet sich nicht nur in der chinesischen Digitalwirtschaft, in Start-ups, Makerzentren und Digitalkonzernen. Elemente dieser Philosophie, kombiniert mit sozialistischer Planung, unternehmerischem Tatendrang und kurzen Experimentierzyklen, dienen zunehmend als Blaupause für das ganze Land und seine Organisationsstruktur – Ziel ist die „prototype nation“, wie Lindtner sie beschreibt – ganz China als digitales Ökosystem!

Die Partei- und Staatsführung förderte die heimische Digitalwirtschaft, profitierte von der Zufriedenheit ihrer Nutzerbasis, und macht sich nun selbst deren Kalküle zu Eigen. In seiner Rede anlässlich der Verabschiedung des 14. Fünfjahresplans im März 2021 betonte Präsident Xi Jinping die Bedeutung des digitalen Chinas, das Land müsse „schneller daran arbeiten, eine digitale Gesellschaft, eine digitale Regierung und ein gesundes digitales Ökosystem zu entwickeln“.

Autor

Timo Daum ist Hochschuldozent und Autor. Sein Arbeitsschwerpunkt ist die Analyse und Kritik des Digitalen Kapitalismus. Sein Buch „Das Kapital sind wir: Zur Kritik der digitalen Ökonomie“ erhielt den Preis „Das politische Buch 2018“ der Friedrich-Ebert Stiftung.

Literaturverzeichnis

Hong, Yu 2017: *Networking China: The Digital Transformation of the Chinese Economy*, Urbana.

Binhong, Shao 2018: *Political Economy of Globalisation and China's Options*, Boston.

Tse, Edward 2016: *China's Disruptors: How Alibaba, Xiaomi, Tencent and Other Companies Are Changing the Rules of Business*, London.

Huang, Yukon 2017: *Cracking the China Conundrum: Why Conventional Economic Wisdom Is Wrong*, New York.

Lindtner, Silvia 2020: *Prototyped Nation: China and the Contested Promise of Innovation*, Princeton

Sacks, Samm 2018: *Disruptors, Innovators, and Thieves: Assessing Innovation in China's Digital Economy*, Washington.

Zeng, Ming 2018: *Smart Business: What Alibaba's Success Reveals about the Future of Strategy*, Boston.

Wang, Binbin; Li, Xiaoyan 2017: *Big Data, Platform Economy and Market Competition: A Preliminary Construction of Plan-Oriented Market Economy System in the Information Era*, in: *World Review of Political Economy* 8 (2), Sommer 2017, S. 138–161.

Impressum

© 2021

Friedrich-Ebert-Stiftung

Herausgeberin: Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik
Godesberger Allee 149, 53175 Bonn
Fax 0228 883 9205, www.fes.de/wiso

Für diese Publikation ist in der FES verantwortlich:
Stefanie Moser, Abteilung Analyse, Planung und Beratung
Bestellungen/Kontakt: wiso-news@fes.de

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung.
Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.
Publikationen der Friedrich-Ebert-Stiftung dürfen nicht für Wahlkampfzwecke verwendet werden.

ISBN: 978-3-96250-902-6