

Newsletter 9/2020

Big Tech-Monopole und die Folgen für die Gesellschaft

Booking, Amazon und Co. – der Mittelstand kommt unter die Räder

Airbnb wurde im Tourismus zu einer Art Synonym für die in den Wirtschaftswissenschaften altbekannte Theorie der schöpferischen Zerstörung von Josef Schumpeter. Durch Digitalisierung und Innovationen, u.a. in der Plattformökonomie, ergaben sich fundamentale Änderungen im Wirtschaftssystem und dem Nutzerverhalten. Die Neuerungen brachten für Anbieter und Nachfrager eine Vielzahl an Vorteilen – wer z.B. nur eine oder wenige Zimmereinheiten als Ferienwohnung vermarkten möchte, kann dies durch die Plattformen professionell bewerkstelligen und verglichen mit regulärer Wohnungsvermietung relativ hohe Renditen erwirtschaften. Die Hotellerie hat durch die zu-

nehmende Monopolstellung von Booking jedoch mit besonderen Auswirkungen zu kämpfen. In dem Cost- und Logis-Artikel [„Der Mittelstand kommt unter die Räder“](#) diskutiert DICON die Folgen von Monopolbildungen in der Hotellerie und im Einzelhandel. Fraglich ist, ob und wenn ja wann die Hotellobby, die Politik und auch die Medien angemessen auf die Entwicklungen reagieren und adäquate Lösungsansätze entwickelt werden.

Auswirkungen durch die Plattformökonomie zeigten sich in der Immobilienwirtschaft in den vergangenen Jahren immer mehr. So befinden sich z.B. in Lindau am Bodensee in der Innenstadt vorrangig am

Tourismus ausgerichtete Angebote. Das Nachtleben findet dort schon seit Jahren nicht mehr im Zentrum statt, da ein guter Teil der Bevölkerung von dort weggezogen ist und die ehemals von den Einwohnern genutzten Wohnungen zunehmend in touristische Anlageobjekte umgewandelt wurden (Airbnb-Effekt). Auch Amazon hat zur Verödung der Innenstädte beigetragen. Im stationären Einzelhandel wird deutlich weniger Geld ausgegeben als vor wenigen Jahren. Selbst große Shoppingmalls und Einkaufszentren erzielen nicht mehr entsprechende Renditen. Galeria Karstadt Kaufhof beispielsweise hat zum 1.7.2020 das Insolvenzverfahren angemeldet. Im Gegensatz dazu steigen gerade seit Corona die Budgets der Konsumenten für Einkäufe über die Internetplattformen besonders rasant. Wie die Süddeutsche Zeitung am 30.07.2020 berichtete, stieg der Umsatz von Amazon im zweiten Quartal 2020 verglichen mit dem Vorjahreswert um 40 Prozent auf 88,9 Milliarden Dollar (75,1 Mrd. Euro).

Althergebrachte Wirtschaftsmodelle der Hotellerie oder des Einzelhandels haben abhängig von Eigenkapital, Lage und Konzept zunehmende Probleme, sich zu behaupten. Wie viele kleine Hotels, Gasthöfe und Pensionen nicht mehr haltbar waren, zeigt die Entwicklung der vergangenen Jahre. Das Sterben kleiner Beherbergungsbetriebe wird im Bericht [„Kleine Betriebe sterben still und in Massen“](#) von hospitalityinside aufgezeigt. Die Zahl

derer, die aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen von Corona künftig aus dem Markt ausscheiden werden, hängt sicherlich auch von politischen Entscheidungen ab. Sehen Entscheider weiter dabei zu, wie Monopolbildungen im Online-Buchungsbereich destruktiv wirken? Was ist erforderlich, um faire Marktbedingungen herzustellen?

Der Markt wird schon alles richten – dass die Theorie der unsichtbaren Hand von Adam Smith nicht mehr auf die heutige Wirtschaft zutrifft, ist der Wirtschaftspolitik schon lange bekannt.

Die Politik muss hier u. a. auf Grundlage des Kartellrechts für neue Rahmenbedingungen sorgen, die auch kleinteiliges Unternehmertum weiterhin ermöglichen.

Die vielgepriesene Disruption jedenfalls war schon vor den Zeiten Schumpeters umstritten. Die Parabel vom zerbrochenen Fenster von Sebastian Bastiat (erstmalig 1850 erschienen) beschrieb, was mit dem Geld für den Wiederaufbau von zerstörten Gütern anderes angefangen werden kann, als es dem Wiederaufbau zuzuführen. Insofern blendet der Hype um die oftmals einseitig positiv besetzte Digitalwirtschaft die Schattenseiten zu häufig aus. Wirtschaft und Politik und die Gesellschaft insgesamt dürfen sich dem Blick auf die destruktiven Kräfte der Digitalisierung nicht verschließen.

Die Globalisierung der Konzerne und arbeitsteilige Prozesse haben die Produktivität insbesondere der Tech Giganten auf

ein hohes Niveau gehoben. Viele mittelständische Unternehmen des Gastgewerbes und des Einzelhandels werden mit den Konsequenzen der Marktveränderungen nicht mehr mithalten können. Die Markteintrittsbarrieren sind in Bezug auf Kapital und Knowhow so hoch, dass wesentliche Märkte nur noch von wenigen Playern beherrscht werden. Der durch zunehmende Monopolisierung und Kapitalkonzentra-

tion gekennzeichnete Markt eliminiert in seiner Konsequenz insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen. Skalierte Hotelprodukte großer Konzerne erobern Nischen, die einst den kleinen Ketten oder Privathotels eigen waren. Zugleich macht es der stetig wachsende Wissens- und Kapitalbedarf dem kleinen Hotelunternehmer immer schwerer, sein Überleben in der Nische zu gewährleisten.

Neue E-Commerce Politik – neben Monopolisierung ist auch der Datenschutz ein übergreifendes Problem, das intelligente Antworten aus der Gesellschaft, Wirtschaft und Politik erfordert

Der Umgang mit den digitalen Monopolen hat politische, soziale und immobilienwirtschaftliche Folgen von schwerlich zu unterschätzender Bedeutung. Die Zweckentfremdung der Nutzerdaten durch Digitalkonzerne ist ganz generell bedrohlich für mittelständische Unternehmen und jeden Bürger. Die DSGVO hat wichtige Grundlagen für Datensicherheit erarbeitet, allerdings mehr die unternehmerische Freiheit von Kleinunternehmern und Startups eingeschränkt, als der systematischen Zweckentfremdung von Nutzerdaten und möglichem Datenmissbrauch durch supranationale Konzerne Einhalt geboten.

Die Wirtschaftswissenschaftlerin Shoshana Zuboff forderte auf der Veranstal-

tung [„Überwachungskapitalismus und Demokratie“](#) für das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG) im November 2019, dass Angebot und Nachfrage der Datenströme unterbrochen werden müssen.

Illegitime und verborgene Nutzung und Enteignung menschlicher Erfahrung und deren Transformation in Datensätze muss ihrer Meinung nach verboten werden. **Die Anreize für die Zweckentfremdung von Daten – die Shoshana Zuboff als Überwachungsdividende bezeichnet – müssen unterbrochen werden.**

Neben dem angemessenen Datenschutz der Bürger und möglicher Eingriffe in die Verwendung der Daten, ist eine gerechte



Besteuerung gerade der globalen und supranationalen Unternehmen, die von regionaler Wertschöpfung überproportional profitieren, von erheblicher Bedeutung. Eine angemessene regionale und nationale Besteuerung der Plattformen, u. a. bzgl. generierter Umsätze und Netznutzungsgebühren erscheint überfällig. Gewährt man den globalen Marktmechanismen und der reinen Logik der Marktprozesse freien Lauf, so wird der gesellschaftliche Wohlstand hierzulande gefährdet.

Indien wusste sich hinsichtlich dieser Problematik des Plattformkapitalismus schon beizeiten zu helfen. Die indische Regierung hat frühzeitig den inländischen Amazon-Wettbewerber Reliance aufgebaut. Er spielt in Indien inzwischen eine wichtige Rolle im Onlinehandel. Außerdem verbot die indische Regierung Amazon, Nutzerdaten außerhalb von Indien zu speichern. Nun möchte die indische Regierung laut neuestem Beschluss

Einsicht in die Daten und Algorithmen von E-Commerce Unternehmen vornehmen können – eigens dafür ist auch eine nationale Aufsichtsbehörde geplant. Indien hat erkannt, dass die unrechtmäßige Nutzung von Wissen zum Aufbau einseitiger Machtstrukturen führt und nicht ohne Konsequenzen bleiben kann. Wie werden die europäischen Staaten und Europa mit der Thematik umgehen? Die Zielsetzungen sollten besonders darin bestehen, einheimische Anbieter zu stärken und durch kluges Regelwerk die Wertschöpfung vor Ort zu unterstützen. Diese Regeln können das Zusammenspiel der transnationalen Konzerne mit den regionalen und nationalen Strukturen auf heimischen Märkten ausbalancieren.

Weiterführende Informationen zum Thema Big Tech und Monopolbildung finden Sie auch im Bericht der [NZZ](#) sowie bei [Brand Eins](#).

Vom Overtourism direkt in den Shutdown

Noch vor einem Jahr war das Thema Overtourism viel diskutiert – der Klimawandel und nicht zuletzt die Jugendprotestbewegung „Fridays for Future“ sorgten für eine gesellschaftliche Aufmerksamkeit auf Themen, die grundsätzliche Fragen auf die Agenda gebracht haben. Es setzte sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass eine Welt, die ausschließlich auf Renditemaximierung und der Nutzung von Ska-

leneffekten basiert, neben unserer Umwelt und dem sozialen Kitt vor Ort, auch die individuelle Vielfalt zerstört. Die Globalisierung hat vielen sehenswerten Orten ihre Ursprünglichkeit, Einzigartigkeit und Authentizität geraubt – ob Venedig, Barcelona oder Capri. Diese und andere Beispiele zeigen uns auf besonders drastische Weise, wie wir den Bogen gerade im Tourismus überspannt hatten.

Die bisher verfolgte Maximierung im Tourismussektor, sowie die unzureichende Zügelung ökonomischer Fehlallokationen kumulierte im Themenkreis „Overtourism“, der von DICON im Cost- und Logis Artikel [„A380 und die Krise des Massentourismus“](#) schon im Jahr 2019 diskutiert wurde.

Ein weiterer wichtiger Aspekt des Overtourism ist, dass er auf der Basis einer supranationalen Tourismusindustrie auf sehr drastische Weise auf unser soziokul-

turelles Leben einwirkt. An dieser Stelle nur ein Aspekt: Im Gegensatz zu den globalen Ketten leistet der Eigentümer des touristischen Unternehmens vor Ort tägliche Arbeit und schafft Werte. Er integriert Menschen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und zwischenmenschliche Interaktion. Er und sein Betrieb haben damit auch eine soziale Funktion und sind deshalb auch aus der gesellschaftlichen Perspektive betrachtet schützenswert und förderungswürdig.

Wir müssen uns fragen: Welchen Weg wollen wir nach dem Lockdown einschlagen? Gute Ansätze, die weg von der Maximierung und hin zu einer Optimierung der touristischen Angebote gingen, haben wir vor der Krise schon gesehen. Es bleibt zu hoffen, dass diese Ideen und Konzepte nicht einem Nachholimpuls für in der Pandemie entgangene Einnahmen zum Opfer fallen werden.

Der Blick nach vorne in der Hotelbranche

Die Wirtschaft in der Eurozone wurde seit dem Zweiten Weltkrieg nicht mehr so getroffen, wie in diesem Jahr. Der Shutdown hat bei vielen Hotelunternehmern eingeschlagen wie eine Bombe. Den Bericht [„Chance für den Neuanfang“](#) erstellte DICON, um die im März erfahrenen neuen

Umstände für Unternehmer besser fassen zu können, Mut zu machen und neue Chancen in der Krise aufzuzeigen.

Viele waren von der Komplexität der Gemengelage durch die Pandemie überfordert. Gerade im Tourismus standen viele



DICON

plötzlich vor existentiellen Entscheidungen. Zudem standen gesellschaftliche und auch medizinische Themen im Fokus, die die Orientierung erschwerten. So sollte der Bericht [„Mit sicherer Hand die Krise meistern“](#) touristischen Unternehmern Zuversicht vermitteln und Möglichkeiten aufzeigen, um sich im Markt zu positionieren. „Gegenüber den Kettenhotels haben Privathotels eine größere Flexibilität und verfügen hinsichtlich der Themenfelder Qualität und Persönlichkeit der Gastgeber über Potenziale, die meist nicht

ausgeschöpft sind. Will heißen: Einzelne Betriebe sollten ihren USP, ihre Alleinstellungsmerkmale und personenbezogenen Eigenschaften im Marketing besser herausarbeiten, auch auf der eigenen Webseite, und dort beispielsweise ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit oder Regionalität besonders herausstellen.“ Auch der Bericht [„So haben Sie Chancen auf Direktbuchungen“](#) aus dem die letzten Zeilen stammen kann von Lesern der Hotel- und Gaststättenzeitung AHGZ eingesehen werden.