

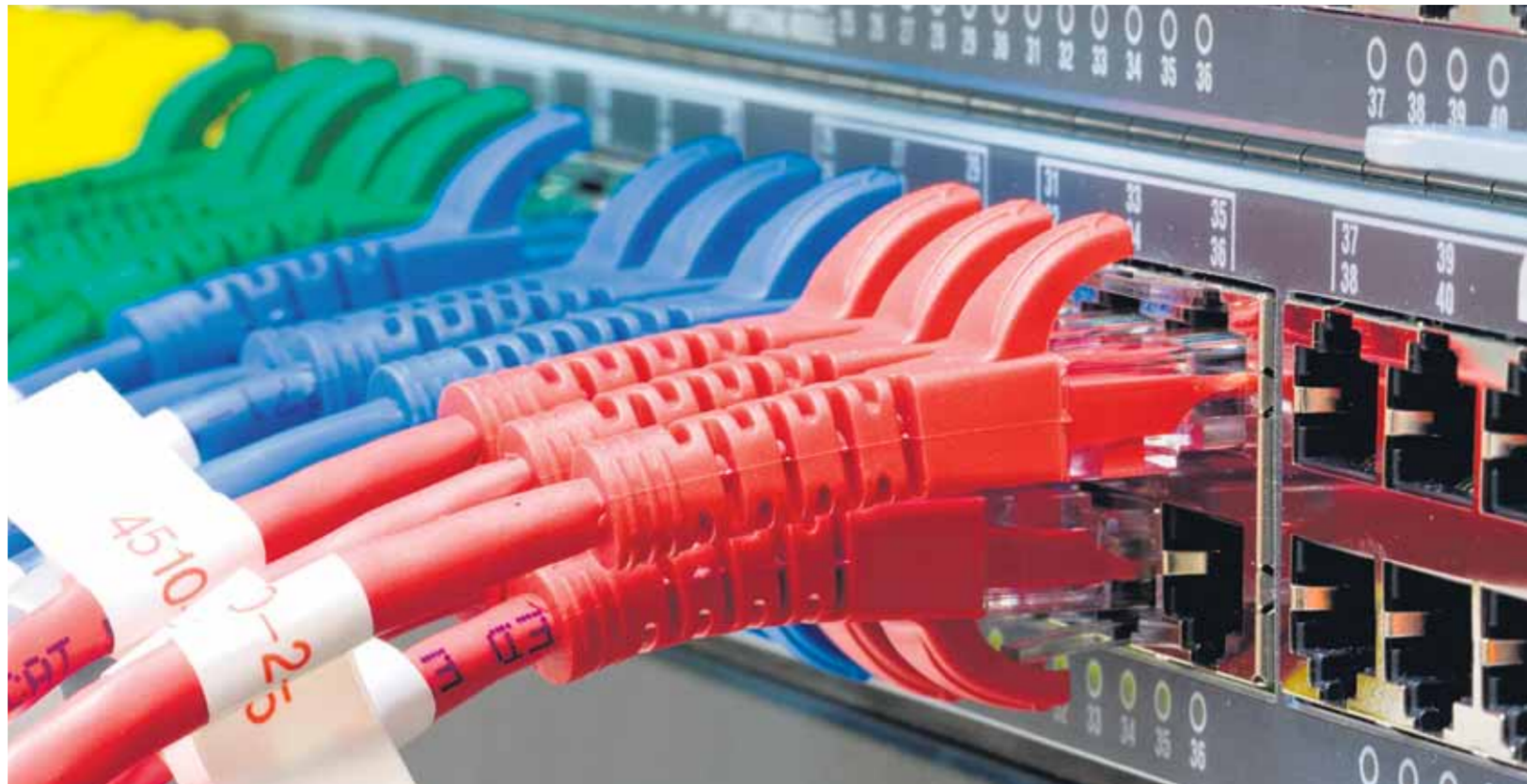
Leitregion für den digitalen Aufbruch

Warum Bayern beste Chancen hat, mit der Digitalisierung ein neues Kapitel seiner Erfolgsgeschichte aufzuschlagen – Von Markus Blume

Einkaufen, Bankgeschäfte tätigen, die nächste Reise buchen und mit Freunden kommunizieren – was haben all diese Dinge gemeinsam? Sie werden heutzutage von Millionen Bürgern wie selbstverständlich über das Internet erledigt; und das immer häufiger von unterwegs. Smartphones, Tablets, WiFi-Hotspots an Bahnhöfen und in Cafés zeigen: Die digitale Welt ist bei uns im Alltag angekommen. Doch Digitalisierung meint weit mehr als Apps, Breitbandanschlüsse und soziale Netzwerke. Bestes Beispiel ist der Internetkonzern Google, der sich von der reinen Suchmaschine heute zu einem Konglomerat gewandelt hat, das inzwischen auch etablierte Industriekonzerne und deren Geschäftsmodelle angreift, inzwischen sogar in der deutschen Paradedisziplin, dem Automobilbau.

Bedrohung oder Chance?

Digitalisierung ist längst eine gesamtgesellschaftliche Revolution. „Alles, was digitalisierbar ist, wird digitalisiert. Und alles, was vernetzbar ist, wird vernetzt“, bekennt etwa Telekom-Chef Timotheus Höttges. Die Digitalisierung verändert die Spielregeln von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft fundamental. Fachleute sprechen von Disruption – nichts und niemand bleibt ausgenommen. Etablierte Geschäftsmodelle werden ebenso herausgefordert wie Staat und Gemeinwesen, die sich ganz neuen Fragestellungen gegenübersehen. Berücksichtigt man die Dynamik der Digitalisierung, dann ist sie vergleichbar mit der Erfindung der Dampfmaschine



1,5 Milliarden Euro für den Breitbandausbau in Bayern sind eine gewaltige Kraftanstrengung, aber gut angelegtes Geld.

Bild: panomacc / Fotolia.com

und des Fließbandes in einem.

Viele Menschen sehen diese enormen Veränderungen mit Skepsis. Und auch immer mehr Unternehmen fühlen sich abgehängt. Tatsache ist, dass Deutschland und ganz Europa schon die erste Welle der Digitalisierung verschlafen haben. Als letzter großer IT-Konzern, der bei uns entstanden ist, gilt die Walldorfer SAP – mit immerhin mehr als 40 Jahren „auf dem Buckel“. Ein Blick zurück auf vertane Chancen ist jedoch müßig. Viel entscheidender ist, die Fehler der Vergangenheit nicht zu wiederholen. Dazu brauchen wir vor allem einen digitalen Binnenmarkt in Europa. Denn wer will als Gründer schon seine neue Geschäftsidee auf 28 verschiedene Datenschutzgesetze, Urheberrechtsvorschriften usw. anpassen, wenn die amerikanischen, chinesischen oder indischen

Märkte so viel einfacher zu bearbeiten sind?

Bayern mit Startvorteil

Noch wichtiger: Wir wollen und müssen bei der zweiten Welle der Digitalisierung mit dabei sein, wenn die klassischen Industrien von „Big Data“ und Vernetzung erfasst und die industriellen Wertschöpfungsketten neu verteilt werden. Diese zweite Welle betrifft weniger den Laptop zuhause, sondern krepelt das gesamte Wirtschaftsleben um. Vernetzte Mobilität und automatisiertes Fahren, intelligente Energiesysteme, Telemedizin und eHealth, intelligente Haustechnik, IT-Sicherheit – das alles muss auch in Zukunft „Made in Germany“ sein und stellt damit die heimische Wirtschaft vor gewaltige Herausforderungen.

Gut für uns ist, dass Bayern beide Seiten mitbringt: eben

eine starke Industrie und eine hohe IT-Kompetenz. Eine Studie der EU-Kommission kommt zu dem Ergebnis, dass München das europäische Spitzenzentrum der Informations- und Kommunikationstechnikbranche ist, vor London und Paris. Bayern hat, wie der Branchenverband Bitkom bestätigt, seine Hausaufgaben gemacht und fungiert mit seinen Digitalisierungsbemühungen als Blaupause für andere Länder. Es wäre aber töricht, diesen Vorsprung nicht zu nutzen oder sich darauf auszuruhen.

Digitalisierungsoffensive

Die Digitalisierungsoffensive der Bayerischen Staatsregierung und der CSU-Landtagsfraktion ist die richtige Antwort, um als Deutschlands Klassenprimus in der Champions League der weltweit führenden Wirtschaftsstandorte zu

bleiben. Auf dem Weg dorthin liegen vier wesentliche Aufgaben vor uns, die gleichzeitig Kernansätze unserer Digitalisierungsbemühungen widerspiegeln:

Erstens müssen wir die Menschen befähigen, die Digitalisierung anzunehmen. Das heißt zunächst einmal: schnelles Internet für alle.

1,5 Milliarden Euro für den Breitbandausbau in Bayern sind eine gewaltige Kraftanstrengung und gleichzeitig gut angelegtes Geld.

Im Bildungsbereich müssen wir zudem von klein auf Kompetenzen vermitteln, mit der neuen Welt umzugehen, die Möglichkeiten der Vernetzung sinnvoll zu nutzen, aber auch sensibel für Gefahren zu sein. Interdisziplinäre Fragestellungen bedingen darüber hinaus neue Studiengänge. Und wir möchten Vorreiter der digitalen Ausbildung sein.

Zweitens brauchen wir den Staat in seiner Vorbildfunktion, was die verantwortungsvolle Nutzung der neuen Möglichkeiten anbelangt. Die Daten sollen laufen, nicht die Bürger – das ist schon bald nicht mehr bloßes Zukunftsversprechen. In Bayern werden die Bürger mit dem BayernPortal als zentralem Einstieg auf alle Dienstleistungen des Freistaats und seiner Kommunen zugreifen können. Und auch die staatliche Verwaltung selbst wird einen Modernisierungsschub erleben, wie schon der Titel der entsprechenden Initiative von Staatsminister Markus Söder mit „Montgelas 3.0“ nahe legt.

Drittens wollen wir den „digitalen Strukturwandel“ am Wirtschaftsstandort Bayern aktiv begleiten, im Schulterschluss von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Salopp gesagt: Daten sind das neue Kapital und ihre Vernetzung bedeutet Wertschöpfung und smartes Wachstum. Deshalb sollen unter der Regie unserer Wirtschaftsministerin Ilse Aigner mehrere

Zentren und Plattformen – unter anderem für vernetzte Mobilität, für digitale Produktion und für IT-Sicherheit – entstehen, die genau diesem Ziel dienen. Unter dem großen Dach eines „Zentrums für Digitalisierung in Bayern“ besteht zudem die Chance, die Potenziale und Fähigkeiten von Universitäten, Forschungseinrichtungen und weiteren Dritten intelligent zu verknüpfen, beispielsweise beim Thema Big Data, also dem Umgang mit großen Datenmengen und deren Nutzbarmachung.

Bei aller Vernetzung dürfen wir übrigens die klassischen Standortfaktoren nicht außer Acht lassen. Längst befinden wir uns in einem internationalen Wettbewerb um die kreativsten Köpfe. Ihnen müssen wir einerseits urbane Orte wie das künftige „Zentrum für Internet und Medien“ bieten, an denen sie zusammenkommen können; andererseits brauchen Sie auch eine verbesserte Kapitalausstattung und vor allem den Kontakt zu den etablierten Unternehmen. Ein großer „Bayern-Inkubator“, also ein quasi



Wir wollen und müssen bei der zweiten Welle der Digitalisierung mit dabei sein

Markus Blume

gemeinschaftlicher „Brutkasten“ von Staat, Wirtschaft und Wissenschaft, wo internationale Gründerteams, neue Ideen, frisches Kapital und die Innovationsabteilungen der Standortkonzerne zusammenwirken, könnte dafür ein weltweit einzigartiger „Hotspot“ im digitalen Zeitalter werden.

Viertens und letztens müssen wir die „digitale Wende“ auch menschlich gestalten und die Chancen und Risiken verantwortungsvoll abwägen. Nicht alles technisch Mögliche ist gleichzeitig ethisch wertvoll. Und egal, wie groß der Datenberg ist, es gibt auch beziehungsweise gerade deshalb die Schutzbedürftigkeit im Detail. Der Aufbruch in die digitale Welt benötigt eine Instanz, die genau diese Fragen fortlaufend und interdisziplinär auf unserer Wertegrundlage diskutiert. Die Errichtung eines deutschen Internet Think-Tanks in Bayern wäre dazu ein wichtiger Schritt. Aber auch in der künftigen Grundsatzkommission und dem neuen Grundsatzprogramm der CSU werden wir uns diesen Fragen widmen müssen. Der Mensch in der digitalen Welt: das impliziert große Zukunftschancen, benötigt aber auch klare Leitplanken.

Markus Blume ist Landtagsabgeordneter für den Stimmkreis München-Ramersdorf, seit 2011 Vorsitzender der CSU-Wirtschaftskommission und Vorsitzender der Arbeitsgruppe Digitalisierung und Medien der CSU-Fraktion im Landtag.

