

Unsichere Arbeit

Interview mit Philipp Staab

Im TUP-Gespräch erklärt der Soziologe Philipp Staab die Besonderheiten des digitalen Kapitalismus sowie seine Auswirkungen auf zukünftige Formen von Arbeit und Konsumfragen.

TUP: Herr Staab, was ist eigentlich Kapitalismus?

Staab: Kapitalismus ist jene Wirtschaftsform, die zum Ziel hat, privatwirtschaftliche Gewinne zu ermöglichen; dies auch dadurch, dass zum einen immer mehr Bereiche dieser Wirtschaftslogik unterworfen werden, so etwa auch der Bereich der Sozialen Arbeit. Zugleich kommen in Bereichen, die nach kapitalistischer Wirtschaftslogik restrukturiert werden, diverse Formen der Rationalisierung zum Einsatz, um die Gewinne, die Profite aus diesen Bereichen systematisch zu steigern.

Woran ist der Unterschied zwischen den beschriebenen Formen von Kapitalismus und dem digitalen Kapitalismus festzumachen?

Der Unterschied macht sich vor allem daran fest, dass wir es im klassischen Kapitalismus, jedenfalls im Prinzip, mit einem System neutraler Märkte zu tun haben, die unterschiedlich vermachtet sind. Im digitalen Kapitalismus haben wir es mit einem System proprietärer Märkte zu tun; mit Märkten in Privatbesitz. Das Problem liegt nicht in dem Umstand, dass ein Unternehmen den Markt in einem bestimmten Bereich dominiert – die klassische Monopolproblematik –, sondern ein bestimmtes Unternehmen oder eine Handvoll Unternehmen *sind* der Markt.

Betrachten Sie das kommerzielle Internet als Leitbereich der Digitalisierung der Ökonomie: Dort finden sie nicht nur eine Monopolproblematik. Denn natürlich hat Google ein Monopol bei der Internetsuche. Doch ist dies nicht das eigentliche Problem.

Sondern?

Das eigentliche Problem besteht darin, dass diese Unternehmen selbst immer stärker Märkten ähneln. Und ich spreche bewusst von „Märkten“ und nicht Marktplätzen. Sie haben begonnen als Marktplätze. Indem Unternehmen wie Google, Apple, Facebook, Amazon immer mehr Dienstleistung, immer mehr Produkte in ihre jeweiligen technischen Ökosysteme miteinbeziehen, ähneln sie mehr und mehr dem, was wir tatsächlich als *den* Markt bezeichnen würden; jedenfalls für jenes Segment, das man kommerzielles Internet nennt.

Kann man – und wenn ja, wer – in die Vermachtungsprozesse des kommerziellen Internets intervenieren?

Natürlich kann man das. Aber man muss es auf eine bestimmte und sehr kluge Art und Weise machen. Man kann bei den Monopolprozessen beginnen und versuchen, die Marktmacht zu thematisieren und eine Entflechtung einzufordern; wie man es klassisch bei Monopolprozessen tut. Eines sollten wir bei unseren Diskussionen hier nicht vergessen: Es sind all dies keine europäischen Unternehmen, auf die man ganz unmittelbar zugreifen könnte, und der amerikanische Staat wiederum hat ein Interesse daran, diese Internetunternehmen für seine eigene geostrategische Agenda zu nutzen – auch weil diese Unternehmen einen globalen Datenzugriff auch für den Staat ermöglichen.

Was das Ökonomische angeht, müssen wir verstehen, dass diese Konzerne für eine systematische Verzerrung von Marktprozessen stehen. Sie stehen letztlich für das Abschaffen echter Marktprozesse bzw. die starke Privatisierung von Marktprozessen. Wir müssen ebenso erkennen, dass diese Unternehmen zunehmend Infrastrukturdienstleister sind. Das sind zwei wichtige Aspekte. Es geht um Märkte; es geht um Infrastruktur.

Welche Form von Infrastruktur meinen Sie genau?

Generell ist es wichtig zu verstehen, dass digitale Infrastrukturen, anders als die meisten Infrastrukturen des Industriezeitalters – Schienen, Straßen, Brücken, Telefonleitungen –, schon sehr früh zu einem extrem hohen Grad bestimmten Unternehmen gehören. Diese Unternehmen sind die Leitunternehmen des kommerziellen Internets, allen voran Amazon mit seinem immensen Anteil am globalen Cloud-Computing in Form von Amazon-Webservices. Die meisten jener Unterseekabel, die in den letzten Jahren verlegt wurden, wurden mit Beteiligung von Unternehmen wie Google, Facebook, Amazon installiert. Die ganze Hintergrundserverstruktur der Cloud-Strukturen von großen Institutionen laufen zu einem sehr großen Teil auf Amazon-Webservices. Selbst das vielleicht wichtigste Software-Unternehmen Europas, SAP, läuft zu einem signifikanten Teil auf Amazon-Web-Services-Servern. Salesforce, ein großer Konkurrent von SAP, läuft auf Amazon-Web-Services. Die UNO läuft auf Amazon-Web-Services. Das Pentagon läuft auf Amazon-Web-Services. Die Expansion der sich in Privatbesitz befindlichen Basisinfrastruktur des digitalen Kapitalismus schreitet ganz offensichtlich voran. Die große Frage, die sich nun stellt: Wie viel öffentliche Güter sind eigentlich möglich im Rahmen einer vollkommen privatwirtschaftlich organisierten Basisinfrastruktur?

Wie kann es ein, dass nicht Staaten oder Staatengemeinschaften diese Infrastruktur zur Verfügung stellen? Haben sie die Entwicklung verschlafen? Oder wollten sie nicht tätig werden?

Die haben es verschlafen und wollten es nicht. Nehmen Sie die Geschichte vom Cloud-Computing, wie wir es jetzt kennen. Entstanden ist das Ganze aufgrund von nicht ausgelasteten Serverkapazitäten, die ein effizienzorientiertes Unternehmen wie Amazon nicht dulden konnte. Außer zum Weihnachtsgeschäft waren diese Kapazitäten ungenutzt. Also haben sie angefangen, die Kapazitäten zu vermieten. Sie haben dann mit einem relativ großen Angebot sehr schnell auf dem Markt Fuß gefasst; sie

haben einfach die Sachen, die sie schon hatten, so neu zusammengestellt, dass daraus ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung wurde. Die Frage, die sich dann stellt: Will man da als Institution, die unter einem hohen Kostendruck operiert, nachziehen und eigene Angebote bereithalten? Eher nicht. Zumal auch das sogenannte Outsourcen von öffentlichen Dienstleistungsangeboten auf private Anbieter – ganz im Sinne des liberalen Shareholder-Kapitalismus, der zwischen den 1980er- und den 2010er-Jahren seine Blüte erlebt hat – zum Alltag gehört.

Was sind die zentralen Gründe für den Aufstieg des kommerziellen Internets?

Wenn man versucht, sich ein Bild vom Aufstieg des kommerziellen Internets zu machen, ist es sehr wichtig zu verstehen, dass das kommerzielle Internet eine konsumptionsorientierte Veranstaltung ist. Ziel war die Digitalisierung und Rationalisierung von Konsum und nicht primär von Produktion, nicht von Arbeit. In dieser Konstellation der Rationalisierung von Konsum wiederum haben die Konsumenten in der OECD-Welt bisher eigentlich nur gewonnen. Klar, es gibt Werbung, aber die kann ich ignorieren. Und solange ich die Güter und Dienstleistungen – E-Mail-Konten, Google Maps usw. – praktisch zum Nulltarif beziehe, ist das für mich ein guter Deal. In dieser Logik haben sich Verbraucher dieser Art von Subventionierung ihres Konsums zugewandt und tun es nach wie vor. Sie tun es auch nach wie vor verhältnismäßig unkritisch. Warum tun sie das unkritisch? Weil sie vermutlich sagen würden: Selbst Werbung ist nicht das große Problem. Viele Leute in Deutschland würden vielleicht sogar sagen: Politische Werbung auf Facebook ist nicht das allergrößte Problem. Wenn mir zum Beispiel von rechter politischer Seite irgendein propagandistisches Material zugespült wird, dann heißt das ja nicht, dass ich dem glaube.

In dieser Logik des Nicht-so-ernst-Nehmens des Mediums Werbung ist relativ viel zu verstehen von der Akzeptanz, die die Leute diesen Unternehmen entgegenbringen. Dass es, glaube ich, zu wenig Sensibilität auch gegenüber den politischen Ambitionen einerseits dieser Unternehmen und andererseits der verschiedenen Staaten und Geheimdienste, die auf diese Daten zugreifen, gibt, ist gleichzeitig auch unbenommen.

Eines ist in dem Zusammenhang wichtig: Man sollte aus meiner Sicht nicht der Logik folgen und sagen: Die Leute haben doch die Möglichkeit, nicht mitzumachen; die Leute müssen doch nicht auf Facebook sein; die Leute müssen doch nicht bei Google ihre Internetsuche abwickeln. Damit macht man es sich sehr einfach und folgt letztlich dem Narrativ dieser Unternehmen. Wir müssen vielmehr darüber reden, wie wir es gewährleisten, dass für User ein Deal geschaffen wird, bei dem sie die Angebote nutzen können, ohne zum Beispiel auf fundamentale Rechte hinsichtlich ihrer Privatsphäre zu verzichten.

Spielt im Zusammenhang der oftmals unhinterfragten Nutzung die wachsende Ökonomisierung im Alltag und im Alltagsdenken der Menschen eine Rolle? Gibt es vielleicht eine Art gedankliche Verschiebung bei den Leuten, die der rasanten Entwicklung des kommerziellen Internets Vorschub leistet?

Ich sehe das Ganze aus dem Blickwinkel der politischen Ökonomie und weniger im Lichte von Subjektivierungstheorien: Der Grund, warum Leute in der OECD-Welt in

den letzten 15 bis 20 Jahren angefangen haben, sich verstärkt für Formen des subventionierten Konsums zu interessieren, ist ganz einfach: Es ist die Reallohnstagnation. Dabei geht es schlichtweg um Effekte sozialer Ungleichheit.

Inwiefern?

Wenn die Leute weniger Geld in der Tasche haben für Konsum, dann begrüßen sie natürlich Systeme, in denen sie andere Güter, die für sie weniger knapp sind – etwa ihre Daten –, tauschen können gegen Gratiskonsum. Bei all den wunderbaren neuen Geschäftsmodellen des kommerziellen Internets sind es am Ende des Tages zwei, mit denen dort Geld verdient wird. Das eine ist E-Commerce, also Handel wie bei Amazon, und das andere ist Werbung. Vor dem Hintergrund der Entwicklung sozialer Ungleichheit, in deren Zug subventionierter Konsum wichtig wird, und der relativen Irrelevanz, die man Werbung beimisst, ist es ein wunderbarer Deal für die Leute, mitzumachen.

*Was bedeuten die beschriebenen Entwicklungen für jene Arbeitnehmer*innen, die in führenden Firmen des kommerziellen Internets arbeiten?*

Wenn Sie sich das kommerzielle Internet angucken, dann sehen Sie eine spezifische Struktur sozialer Ungleichheit relativ klar. Ich nenne dies *asymmetrische Polarisierung*.

Das müssen Sie bitte erklären.

Wir sehen eine Arbeitswelt in diesen Firmen, die aus sehr kleinen Zentren besteht. Diese Zentren leben aufgrund der systematischen Verbreiterung ihrer Peripherien. Im Zentrum, wo die Prozesse zusammenlaufen, gibt es relativ wenig, aber oft gute Beschäftigung. Diese Firmen erwirtschaften ihren Profit allerdings auf Basis der Arbeit, die in ihren Peripherien stattfindet und auf die sie zugreifen können. Es entsteht so eine systematische Polarisierung zwischen den schmalen Zentren und den breiter werdenden Peripherien. Die sogenannten Plattformunternehmen leben dabei auf unterschiedliche Art und Weise von ihren Peripherien. Zum Beispiel indem sie Gebühren von diesen Peripherien dafür nehmen, dass sie sich auf den Marktplätzen der Plattformunternehmen bewegen dürfen.

Das bedeutet wiederum konkret?

Denken Sie an die Apps oder App-Stores von Android und iOS. Dann haben Sie einen spezifischen Markt vor Augen, auf dem sich Produzenten mit Konsumenten treffen. Die Produzenten der Apps sind quantitativ nur zu einem relativ kleinen Teil die Internetunternehmen selbst. Die große Mehrheit der im App-Store vertretenen Apps kommt von Drittanbietern. Diese Drittanbieter müssen sowohl bei iOS als auch bei Android in aller Regel rund ein Drittel ihrer im App-Store erzielten Umsätze bei den Plattformbetreibern lassen.

Sie haben im Prinzip also einen Marktplatz, der zwar zwei Unternehmen gehört, wo Sie aber immer für beide Unternehmen gleichermaßen produzieren müssen. Zugleich sind Sie als Anbieter aus der Peripherie nicht davor gefeit, dass diese Platt-

formunternehmen quasi willkürlich ihren Anteil an den Profiten erhöhen. Sie können dies tun, weil keine Marktsituation existiert, wonach ein Produzent ausweichen kann auf einen anderen Marktplatz, da es gar keinen anderen Marktplatz gibt.

*Für die Arbeitnehmer*innen bedeutet das nun konkret?*

Wenn Sie sich zum Beispiel eine App von Airbnb oder eine App von Uber oder Helping auf Ihr Android-Smartphone herunterladen, dann sind diese App-Betreiber zwar abhängig von Google und iOS, aber die Abhängigkeit der Produzenten, also zum Beispiel eines Uber-Fahrers oder eines Airbnb-Vermieters oder einer Putzkraft von Helping, ist erst einmal die von der jeweiligen App und dem dahinterstehenden Unternehmen. Und hier wird die oben beschriebene Logik auch angewendet. Helping etwa nimmt bei Kurzbuchungsaufträgen in Deutschland 50 Prozent. 50 Prozent nur dafür, dass sie einen Kontakt herstellen zwischen einem Kunden und einer Reinigungskraft. Kurzum: Mit Blick auf das kommerzielle Internet können wir eine Polarisierungslogik zwischen recht schmalen Zentren und – je größer das Angebot wird – immer größeren Peripherien erkennen. Daher auch die Rede von Asymmetrie: Unten wird es schneller größer als oben.

Wenn Sie sich nun vorstellen, dass die Perspektive nicht nur für die Leitunternehmen des digitalen Kapitalismus gilt, sondern dieses Geschäftsmodell auch von Unternehmen aus anderen Bereichen nachzuahmen versucht wird, dann kann man sich die Welt vorstellen, in der so organisiert und gearbeitet werden soll. Nicht zuletzt im Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen werden Versuche unternommen, genau so vorzugehen. Dies gilt vor allem dann, wenn Zertifizierungsnotwendigkeiten der Arbeitnehmer nicht so hoch sind.

Ist denn das sogenannte Normalarbeitsverhältnis – Vollzeit, sozial abgesichert, unbefristet – ein Auslaufmodell?

Das Normalarbeitsverhältnis in Deutschland unterliegt einer geschlechtlich und sektoral sehr stark differenzierten Logik. Dort, wo das Normalarbeitsverhältnis noch existiert, ist es eher männlich als weiblich; und dort, wo ein eher hoher Anteil an weiblichen Beschäftigten vorzufinden ist, existieren weniger Normalarbeitsverhältnisse. Dort haben wir es mit mehr prekärer Arbeit zu tun, auch und vor allem bei den sozialen Dienstleistungen. Ich bin Anfang der 1980er-Jahre geboren. Meine Generation und die nachfolgenden sowieso haben sich in gewisser Weise von der Vorstellung eines Normalarbeitsverhältnisses längst verabschiedet. Es gilt zumindest in seiner klassischen Form auch nicht mehr als attraktiv, weil mit einem Normalarbeitsverhältnis sehr starre Lebensarbeitszeiten und unangenehme hierarchische Strukturen assoziiert werden.

Aber zeigen Untersuchungen nicht immer wieder, dass gerade für jüngere Generationen soziale Sicherheit oder ökonomische Sicherheit, die Hand in Hand gehen mit einem stabilen Arbeitsplatz, von großer Bedeutung sind?

Beschäftigungssicherheit ist für die allermeisten Leute natürlich erstrebenswert. Niemand braucht Druck, um sich wohlzufühlen. Nur erschöpft sich das Normalarbeitsverhältnis nicht in Beschäftigungssicherheit.

Aber wird Beschäftigungssicherheit nicht immer unsicherer?

Natürlich. Und das finden die meisten Leute nicht gut. Das ist definitiv der Fall. Und das wird durch das, was wir Digitalisierung nennen, eher befördert.

Und zwar wie?

Wenn Unternehmen oder Investoren darüber nachdenken, durch Risikokapital Konsum zu subventionieren, also Geld verbrennen und rote Zahlen schreiben, um Marktanteile zu gewinnen, dann wollen sie am Ende des Tages natürlich dennoch ihre Ausgaben wieder hereinholen. Und zwar über eine Lohnabsenkung und über die Expansion von Lohnkonkurrenz. Nehmen Sie als Beispiel das Taxigewerbe. Unternehmen wie Uber funktionieren nur, wenn sie billiger sein können als ein klassisches Taxi. Dies funktioniert vor allem über die Bezahlung niedrigerer Löhne. Der ganze kompetitive Vorteil bestimmter Tätigkeiten im Crowd-Sourcing basiert auf niedrigeren Lohn- und Stückzahlkosten. Das ist das Geheimnis dessen, was wir als Gig-Economy bezeichnen.

*Lassen Sie uns in diesem Zusammenhang und der Frage nach Rationalisierung von Konsum noch einmal auf den Beginn unseres Gesprächs zurückkommen. Konsum setzt ja bei den Konsument*innen so viel finanzielles Potenzial voraus, dass sie überhaupt konsumieren können. Wenn aber die Löhne systematisch abgesenkt werden, kann das Ganze doch eigentlich nicht funktionieren. Es sei denn, die Menschen verschulden sich für ihren Konsum massiv, oder?*

In der Tat. Ich bezeichne dies als *Konsumptionsdilemma* des digitalen Kapitalismus. Wenn Sie sich den digitalen Kapitalismus als übergeordnetes Produktionsmodell vorstellen – das er ja noch nicht ist, um es klar zu betonen –, aber wenn wir uns vorstellen, dass es so wäre, dann würden wir in einer Ökonomie oder in einer Gesellschaft leben, in der Konsum subventioniert wird mit der Hoffnung, dass dieser sich später aufrechterhält, nachdem die Subventionierung ausläuft. Es sind dabei dieselben Unternehmen, die diese Strategie fahren und selbst hohen Druck auf Löhne und damit auf Nachfrage ausüben. Das kann nicht funktionieren. Dies wiederum bedeutet aber nicht, dass die konkrete Krisenhaftigkeit des digitalen Kapitalismus sich an dieser Stelle entladen wird.

Sondern?

Ich glaube, sie wird sich möglicherweise viel früher entladen. Dann nämlich, wenn Investoren in größerer Zahl die Geschäftsmodelle nicht so sehr der Leitunternehmen, aber der zweiten Reihe (Netflix, Uber, Airbnb) unter die Lupe nehmen und feststellen, dass diese Unternehmen eine viel zu hohe Marktbewertung haben.

Wie sieht die Zukunft der Arbeit aus, wenn sich die skizzierten Modelle tatsächlich auf andere Arbeitsfelder übertragen? Wie kann dann noch seitens von Gewerkschaften oder auch staatlicherseits gegengesteuert werden?

Auf den Punkt gebracht: Arbeit wird kontingenter sein. Kontingenz ist ein Wort, das wir in der Soziologie im Anschluss an Niklas Luhmann dafür verwenden, wenn immer alles anders sein kann. Es wird wesentlich weniger Berechenbarkeit geben, wesentlich weniger Möglichkeiten, das eigene Leben und die eigene Biografie an planbaren Arten der Arbeit auszurichten. Mein Kollege Oliver Nachtwey und ich sprechen daher in Bezug auf digitalisierte Arbeit auch von Kontingenz-Arbeitskraft. Solche Arbeit erfordert letztlich eine andere Art der Kalkulation auf der individuellen Ebene mit bestimmten Markt-, Lebens- und Beschäftigungsrisiken als bisher.

Am Ende des Tages geht es, etwa bei den sozialen Dienstleistungen, natürlich um die Frage, was uns diese Arbeit wert ist. Das ist im Kern eine politische Entscheidung. Das ist vor allem deswegen im Kern eine politische Entscheidung, weil Sie ökonomisch keine Argumente für Lohnsteigerungen haben. Es gibt keine Produktivitätsgewinne. Warum sollten die Leute also mehr Geld bekommen? Sie erhalten im Prinzip jene Löhne, die möglich sind, um entsprechende Arbeit im Bereich sozialer Dienstleistungen zu Marktpreisen anzubieten. Wenn uns diese Arbeit mehr wert sein soll, dann müssen im bestimmten Sinne politische Löhne her. Die können auch nur politisch sein und sind es, über branchenspezifische Löhne und den allgemeinen Mindestlohn, ja auch schon seit Jahren

Abschließend: Glauben Sie, dass die soziale Ungleichheit – jenseits von Digitalisierungsprozessen – vor dem Hintergrund, den Sie skizziert haben, weiter zunehmen wird?

Ja, und zwar sowohl vor dem Hintergrund von Digitalisierungsprozessen, aber auch generell. Es gibt die technische Rationalisierung und technische Re-Organisation; es geht um Lohndruck und Automatisierung. Überall geht es darum, den Druck auf Arbeit zu erhöhen oder Arbeit gleich zu substituieren. Dies fördert soziale Ungleichheit. Gleichzeitig haben Sie es mit Märkten zu tun, deren Profitperspektiven immer schmaler werden. Klar, in den Zentren gibt es Gewinner dieser Entwicklung. Aber übrig bleiben diese breiter gewordenen Peripherien. Diese Logik wird durch das, was wir als Digitalisierung bezeichnen, eher untermauert. So hilft es uns zum Beispiel in Deutschland nicht, dieses ganze Feld vor allem für den industriellen Sektor zu diskutieren. Klar, da hängt viel Wertschöpfung dran. Der industrielle Sektor hat im Prinzip eine Ausnahmefunktion in unserer Gesellschaft. Da haben Sie zu einem großen Teil gewerkschaftlich organisierte Arbeiter; da haben Sie zu einem großen Teil wirkende Tarifverträge; da haben Sie zu einem sehr großen Teil eine erfolgreiche Tradition der Einhegung technologischen Wandels. Das haben Sie alles in der Restökonomie so gar nicht mehr oder nur in wesentlich geringerem Ausmaß. Deswegen so zu tun, als würde unsere Gesellschaft irgendwie so aussehen wie die Belegschaft von Daimler-Benz, geht vollkommen an der Realität vorbei. Das ist das Problem, wenn wir hier über Industrie 4.0 sprechen. Da vergessen wir 80 Prozent der Beschäftigung in Deutschland. Nicht für all diese 80 Prozent wird der digitale Kapitalismus das Leit-

produktionsmodell sein, nachdem sich ihre Arbeit restrukturiert. Aber für diese Bereiche gelten zumindest nicht dieselben Schutz- und Machtkonstellationen, wie sie für den industriellen Sektor in Deutschland gelten. Das sollte man immer vor Augen haben.

Interview: Peter Kulefa

Dr. Philipp Staab

war zwischen 2008 und 2016 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hamburger Institut für Sozialforschung. Er war von 2016 bis 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter und ist seit 2017 Permanent Fellow am Institut für die Geschichte und Zukunft der Arbeit. Derzeit arbeitet er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Makrosoziologie der Universität Kassel.

E-Mail: staab@uni-kassel.de