

Digitale Gesellschaft zwischen Herrschaft und Innovation

Heute bildet der digitale, globale Kapitalismus den politökonomischen Rahmen gesellschaftlichen Wandels. Er ist gekennzeichnet durch Wachstumskrisen, ein spezifisches Akkumulationsmuster von Macht und die doppelte Enteignung von Arbeit. Kann soziale Innovation aus den Konflikten um den digitalen Kapitalismus entstehen?

Die Kommerzialisierung des Internet seit den 1990er Jahren ist untrennbar mit dem Aufstieg einer spezifischen Kapitalsorte bzw. einer spezifischen Klasse von Investor:innen verbunden: privatem Risikokapital. Heutige Leitunternehmen des kommerziellen Internets, wie Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba oder Tencent expandierten in der Folge rasant. Das lässt sich nicht nur an deren Bewertungen ablesen. Auch ihr Vordringen in immer neue ökonomische Felder – von klassischen Unterhaltungsindustrien über urbane Infrastrukturen und industrielle Anwendungen bis in den Gesundheitsbereich – verdeutlicht die expansive Logik der Technologiebranche. Diese speist sich nicht zuletzt aus der Motivation, die immensen Cash-Reserven der mittlerweile führenden Unternehmen lukrativ anzulegen: Google verfügte zum Ende des Finanzjahres 2019 über Rücklagen in Höhe von 120 Milliarden US-Dollar, Microsoft über 134 Milliarden und Apple gar über 206 Milliarden. Zum Vergleich: Daimler verzeichnete zur gleichen Zeit finanzielle Mittel in Höhe von rund 23,9 Milliarden, Volkswagen 23,1 Milliarden und BASF 1,2 Milliarden US-Dollar.



Stellt man sich nun die Frage, wofür all das Geld genau verwendet wird, welche Strategien der Umgestaltung die betreffenden Firmen verfolgen, dann sieht man vor allem zweierlei: Marktkontrolle und die Übernahme basaler Infrastrukturen. Firmen wie Google, Apple, Facebook oder Amazon werden oft als Plattform-Unternehmen bezeichnet. Nach geläufiger Definition sind Plattformen intermediäre digitale Infrastrukturen, die es Akteuren erlauben, miteinander zu interagieren. Handelt es sich bei diesen Interaktionen um ökonomische Tauschprozesse, haben wir es mit digitalen Marktplätzen zu tun, auf denen Produzent:innen, Dienstleister:innen, Konsument:innen und Werbetreibende miteinander Handel treiben. Die Plattformen erwirtschaften Profite durch die Besteuerung von Marktteilnahme. Wer Zugang zu Nachfrage möchte, muss, je nach Bereich, zwischen 20 bis zu 90 % der eigenen Umsätze an die Plattformbetreiber abführen. Dieses Geld fehlt nicht nur bei den Produzent:innen. Die Profite der Plattformen lassen sich auch als Renten beschreiben, weil die Pflege und der Erhalt der digitalen Handels- und Infrastrukturmonopole im Vergleich zu den erzielten Gewinnen kaum Kosten produziert. Plattformen entziehen der Wirtschaft also Werte durch dieses Akkumulationsmuster, die auf den aufgeblähten Finanzmärkten landen (Abbildung 1).

Plattformen bestimmen:

- Wer welche Daten liefert oder erhält (Überwachung)
- Welche Anbieter am Markt zu finden sind (Zugangskontrolle)
- Welche Preise verlangt werden können (Preiskontrolle)
- Wie Leistungen erbracht werden (Leistungskontrolle)
- Sie repräsentieren ein bisher ungekanntes Ausmaß wirtschaftlicher Macht.

Öffentliche Infrastrukturen

Durch die Übernahme der Marktfunktion etablieren digitale Leitunternehmen aber nicht nur Marktmacht, sondern auch infrastrukturelle Macht. Anders gesagt: Ohne sie geht nichts mehr. So hat insbesondere die laufende Pandemie deutlich gemacht, dass die privatisierten Digitalmärkte zu einem fundamentalen Rückgrat unseres Marktgeschehens geworden sind. Amazon beispielsweise wurde zeitweise zum wichtigsten Anlaufpunkt für Konsum überhaupt und war gleichzeitig gezwungen, Entscheidungen über Versorgungsfragen zu treffen: Welche Güter sollen prioritär behandelt werden? Welche Waren werden noch angenommen bzw. versendet? Wie teuer dürfen Desinfektionsmittel und Mund-Nasenschutz in einer Situation knappen Angebots und gigantischer Nachfrage sein? Das sind essentielle Versorgungsfragen der digitalen Gesellschaft, die außerhalb jeder effektiven demokratischen Kontrolle stehen.

Infrastrukturelle Macht wird zunehmend auch im Bereich der industriellen Wertschöpfung und im Bereich der öffentlichen Güter erkennbar. Nehmen wir urbane Mobilitätsdienstleistungen – eigentlich ein Heimspiel öffentlicher Unternehmen mit Bus und Bahn:

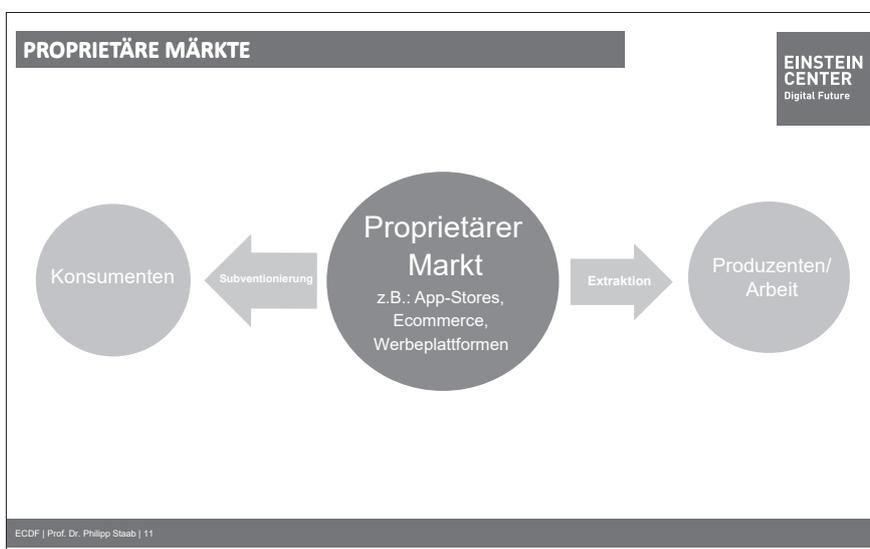


Abbildung 1: Proprietäre Märkte

Wenn Leihfahrräder chinesischer Anbieter, wie in den Jahren 2017/18, zu Tausenden in deutschen Innenstädten abgeladen werden oder das Gleiche zwei Jahre später mit elektrischen Tretrollern geschieht, stehen dahinter nicht nur die Logiken überschüssigen Kapitals. Es geht mittlerweile um die Umformung urbaner Mobilität im großen Stil – darum, wer den Markt für geteilte städtische Mobilität kontrolliert. Die größten Chancen darauf, die dominante Plattform für urbane Mobilität zu liefern, hat wohl Google. Stück für Stück hat das Unternehmen den hauseigenen Kartendienst Maps um diverse Mobilitätsdienstleistungen erweitert: Hier können Sie in Berlin etwa Leihautos, E-Scooter, oder Taxi-Dienste buchen (mit den Vermittlungen verdient Google natürlich Geld).

Das Rückgrat von Maps als Meta-Plattform urbaner Mobilität bildet dabei ausgerechnet der ÖPNV. Nutzer:innen können Fahrzeiten und Verbindungen in Echtzeit einsehen, weil zahlreiche Verkehrsverbünde Google ihre Verkehrsdaten überlassen. Was Google hier gewinnt, wird der demokratischen Kontrolle entzogen – was zu einem erheblichen Steuerungsdefizit führt. Da es bei den privaten Plattformen um Profit und nicht mehr um Versorgungssicherheit geht, haben sie einen hohen Anreiz beispielsweise Taxi-Fahrten, an denen sie Geld verdienen, gegenüber öffentlichen Verkehrsmitteln zu fördern.

Ressourcenverschwendung ist Programm: So lange genug Geld zum Verbrennen da ist, spielt es beispielsweise keine Rolle, dass E-Scooter-Anbieter jährlich ein Drittel ihrer Flotte durch Vandalismus und mangelnde Wartung verlieren. Die digitale Privatisierung verschlimmert so auch den ökologischen Fußabdruck der sogenannten Smart City, indem demokratische Kontrolle über öffentliche Güter verloren geht. Öffentliche Alternativen zu den privaten Plattformen kommen nicht vom Fleck, weil die öffentlichen Verkehrsunternehmen zwar Google mit ihren Daten füttern, selbst aber kaum etwas zurückbekommen.

Konflikte um den digitalen Kapitalismus

Warum machen Firmen, wie Amazon oder Zalando immer wieder Schlagzeilen mit grenzwertigen Strategien der Arbeitskontrolle? Das Tracking von Konsument:innen spiegelt sich in der zunehmend digitalen Überwachung von Beschäftigten wider und die Gestaltung von Betriebssoftware durch

DOPPELTE ENTEIGNUNG VON ARBEIT



- Mechanismus 2: **Algorithmisches Management** als neues Leitparadigma der Arbeitssteuerung
- Herrschaftsmechanismen auf proprietären Märkten... übersetzen sich als algorithmisches Management auf den Faktor Arbeit
 - Informationskontrolle
 - Zugangskontrolle
 - Preiskontrolle
 - Leistungskontrolle
 - ➔
 - Tracking
 - Rating
 - Scoring
 - Informationsasymmetrien
- Ungleichheit: Instrument zur Exklusion (Zugangskontrolle), Lohnunterdrückung (Preiskontrolle) and Intensivierung von Arbeit (Leistungskontrolle)

ECDF | Prof. Dr. Philipp Staab | 17




Abbildung 2: Doppelte Enteignung von Arbeit



BLOCKIERTER KONFLIKT...



- Nicht-Unterscheidbarkeit von Konfliktgruppen – Blockierter Konflikt
- Aber: Es gibt Konflikte um den digitalen Kapitalismus!
 - Europäischer Rahmen digitaler Rechte (DSGVO)
 - Neue Industriepolitik (e.g. Gaia-X, Airbus of everything)
 - Digitale Geopolitik (‘Digitale Souveränität’, e.g. European Semiconductors)
 - Vor allem aber: **Politisches Marktdesign** (DMA/DAS, Data Act, Data Governance ACT,...)
- Leitbegriff: „**Digitale Souveränität**“

ECDF | Prof. Dr. Philipp Staab | 22




Abbildung 3: Blockierter Konflikt

ABER...



- Wessen Souveränität?
 - Konsumenten statt Arbeitenden (z.B. Datenschutz)
 - Unternehmen statt öffentlicher Akteure (Gaia-X)
 - Private statt öffentliche Infrastrukturen (z.B. Mobilität, Gesundheit,...)
 - Politisches Marktdesign als Versuch eines gegenhegemonialen Neoliberalismus (Dominanz von Marktsteuerung, Konkurrenz, Wachstum)
- Konsequenz: Sozialer Konflikt als reiner Elitenkonflikt

ECDF | Prof. Dr. Philipp Staab | 24




Abbildung 4: Um wessen Souveränität geht es im neoliberalen Marktdesign?



ÖKOLOGISCHES MARKTDESIGN

- Stattdessen...
 - ...Nachhaltigkeitsziele direkt im politisches Marktdesign verankern
 - ...vom Kapitalismus der Personendaten zur Ökonomie der Umweltdaten
 - ...dadurch echte Kosten in Märkten einpreisen und
 - ...neue zirkuläre Wirtschaftsweisen ermöglichen

ECDF | Prof. Dr. Philipp Staab | 27

Abbildung 5: Ökologisches Marktdesign

DAGEGEN

Öffentliche Plattformen als Gegenmodell – the „public stack“

Öffentliche Trägerschaft und Kontrolle (ggf. private Leistungserfüllung mit engmaschiger Regulierung über öffentliche Vergabe)

Interface	Public Interest Design
Algorithmen	Open-Source
Server	Datentreuhänder
Schnittstellen	Interoperabilität

ECDF | Prof. Dr. Philipp Staab | 30

Abbildung 6: Plattform-Kommunalismus

externe Anbieter:innen und betriebsinterne Manager:innen bestimmt die Handlungsspielräume in digitalisierten Arbeitssituationen (Abbildung 2).

Dabei bleiben die größeren Themen akut – finanzielle Ungleichgewichte, Markt- und Infrastrukturmacht, digitale Privatisierung und algorithmische Arbeitskontrolle. Es geht daher um die Politisierung ungleicher Machtressourcen – etwa im Sinne einer Industriepolitik für die Vielen, statt eines digitalen Kapitalismus für die wenigen. Es sind Themen, die zusammenhängen, nicht auf den Arbeitsprozess beschränkt sind und die Transformation des Kapitalismus als Ganzes betreffen. Kann aus den Konflikten um diese Themen soziale Innovation entstehen? Trotz partieller Mobilisierungen ist eine breite soziale Bewegung gegen den digitalen Kapitalismus unwahrscheinlich. – Warum ist das so? Vielleicht weil wir bei Amazon kaufen, obwohl wir längst wissen, dass die Arbeitsbedingungen miserabel und der ökologische Fußabdruck des Versandhan-

dels groß sind. Von der verstärkten Extraktion aus dem Produktionsfaktor Arbeit profitieren sowohl die Konsument:innen als auch das Kapital, und das blockiert den Konflikt. Er wird zu einem Elitenkonflikt mit unverändert neoliberalen Zielen wie Privatisierung und bessere Wettbewerbsbedingungen (Abbildung 3).

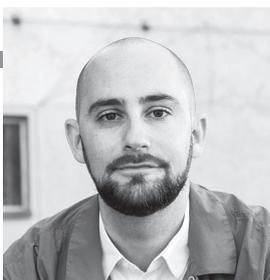
Für wen werden die digitalen Märkte gestaltet? Und ist das ein Design, das weiterhilft (Abbildung 4)?

Ein alternatives Marktdesign sollte politisch sein statt privatisiert und andere Leitbilder haben: Bürger:innen statt Konsument:innen, Kreislaufwirtschaft und ökologischer Wandel auf der Basis von Umweltdaten statt personenbezogenen Daten, öffentliche Güter und kommunale Plattformen statt Konsumentenmärkten (Abbildung 5).

So ließen sich die bestehenden öffentlichen Initiativen in der digitalen Daseinsvorsorge erweitern und aus dem Zangengriff privater Plattform-Unternehmen und Software-Zulieferer befreien, das Gemeinwohl durch Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit verfolgen und externe Kosten internalisieren, so dass die Preise die Wahrheit sagen. Die Voraussetzungen sind nicht trivial aber umsetzbar (Abbildung 6).

Wie kann das gelingen?

Plattform-Kommunalismus kann gelingen, weil kommunale Anbieter durch ihre lokalen Netze und ihr lokales Wissen Wettbewerbsvorteile haben. Voraussetzungen sind, dass demokratische Datenverwaltung und transparente Algorithmen den Bürger:innen wieder Vertrauen geben, das sie in partizipative Entscheidungsverfahren einbringen können. Dazu gehört, dass die digitale Zivilgesellschaft (beispielsweise CCC, FIFF, Verbraucherschützer:innen, fsfe, ...) als Ressource wahrgenommen und genutzt wird, und dass kooperative Open Source-Entwicklungen den Lock-in durch Software-Hersteller durchbrechen.



Philipp Staab, geboren 1983 in Nürnberg, ist Professor für die Soziologie der Zukunft der Arbeit an der Humboldt-Universität zu Berlin und am Einstein Center Digital Future. 2019 erschien sein Buch *Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit*.

Philipp Staab