



Dagmar Boedicker

## Sabine Pfeiffer: Digitalisierung als Distributivkraft

### Eine etwas andere Analyse zum digitalen Kapitalismus

Sabine Pfeiffer hat wieder ein hochinteressantes Buch geschrieben; besonders für Menschen, die auch an der Volkswirtschaft interessiert sind. Bei ihrer Suche nach dem wirklich Neuen an der Digitalisierung nimmt sie immer wieder die marxistische Perspektive ein, kein Schaden, wenn sie die Positionen anderer Wissenschaftler untersucht. Zu denen gehören Mariana Mazzucato (Ökonomin), Armin Nassehi, Philipp Staab (beide sind Soziologen, Staab gab einen Einblick in seine Positionen auf der FfFKon 2021 in München), Dan Schiller (Wirtschafts- und Technikhistoriker) oder Michael Betancourt (kritischer Theoretiker, Historiker und Künstler). Die drei letztgenannten haben sich wie viele andere von Pfeiffer betrachtete Autoren bemüht zu beschreiben, was den digitalen Kapitalismus vom klassischen Industriekapitalismus unterscheidet, wenn auch nicht zur vollständigen Zufriedenheit der Autorin. Sie macht drei Leerstellen im bisherigen Diskurs aus: Die Analyse des Werts, der Wertrealisierung und der Distributivkraft. Diese Themen analysiert sie ausführlich und anregend in fünf Kapiteln, gefolgt von empirischen Illustrationen, u. a. zu GAFAM und der Plattform-Ökonomie. Den Abschluss bildet ein Kapitel über die Folgen unserer Wirtschaftsweise. Sehr optimistisch ist es nicht.

„Meine These der Distributivkraft versucht Digitalisierung dahingehend zu verstehen, dass ein Großteil der aktuell dadurch entfachten Aktivitäten letztlich vor allem auf eines abzielt: die Realisierung von Wert auf Märkten. Es geht also nicht mehr nur um das Schaffen neuer Werte, sondern vereinfacht gesagt darum, sicherer, schneller und möglichst garantiert auf Dauer auf dem Markt erfolgreich zu sein.“ (S. 18f)

Pfeiffer äußert milde Kritik an ihrer Kerndisziplin:

„[...] die Soziologie [...] meidet Theorieangebote, die zumindest versuchen, alles zusammenzudenken. Zudem nimmt die Soziologie Technik oft nicht in ihrer konkreten Erscheinungsform ernst, sondern macht sie entweder zu etwas »rein« Sozialem oder missbraucht sie als vage Metapher für große, aber nicht immer weiterführende Gesellschaftsdiagnosen.“ (S. 12)

Sie nimmt sich selbst nicht von Kritik aus, wenn sie bemängelt, dass die Disziplin das, was sie analysiert, nicht immer präzise benennt und angibt „was genau dafür analytisch (nicht aber real oder empirisch) ausgeblendet wird“ (S. 115) und empfiehlt:

„Was sich im Sozialen, in der Arbeit, im Leben, in der Gesellschaft wandelt, lässt sich nur über Technik und Wirtschaft verstehen. Und über ihre jeweiligen und gemeinsamen Pfadabhängigkeiten.“ (S. 12)

Im dritten Kapitel geht es Pfeiffer um den Wertbegriff, sie analysiert zunächst die Ökonomin Mariana Mazzucato, die sich in ihrem Buch „Making and Taking“ mit Schöpfung und Abschöpfung von Wert befasst:

„Die Analyse oder gar das Ausrufen eines digitalen Kapitalismus ist nicht ihre Absicht. Im Zentrum ihrer Betrachtung steht der Kasinokapitalismus [...] und die Kritik an volkswirtschaftlichen Indikatoren, die



Sabine Pfeiffer  
Digitalisierung als Distributivkraft – Über das Neue am digitalen Kapitalismus  
Transcript Verlag Bielefeld, 2021  
Broschur, 319 Seiten  
ISBN: 978-3-8376-5422-6  
Open Access als PDF unter:  
<https://www.sabine-pfeiffer.de/digitalisierung-als-distributivkraft>

Zusammenhänge zwischen der Wertgenerierung und der Wertabschöpfung verschleiern.“ (S. 83)

Pfeiffer reibt sich an der starken Betonung des Immateriellen durch Scott Lash und andere.

Code ist nicht nichts, er ermöglicht Bestimmtes und verhindert Anderes. Software beispielsweise ist sehr konkret optimiert für einen bestimmten Prozessortyp, lauffähig unter einem bestimmten Betriebssystem usw. Auch das Immaterielle trägt eine bestimmte Zwecksphäre, eine potenzielle Nützlichkeit in sich – einen Gebrauchswert. (S. 92)

Ihr ist es wichtig, den Gegensatz von Gebrauchs- und Tauschwert nicht dualistisch sondern dialektisch zu betrachten. Läge nämlich das grundsätzlich Neue im digitalen Kapitalismus, müsste man die Verschiebung zwischen beiden Werten so genau untersuchen, wie das beispielsweise Polanyi getan hat. Sie tut es eben selbst und kommt zum Schluss, dass weder eine Unknappheit an Tauschwerten oder Kapital noch das Immaterielle wirklich neu sind. Deshalb wendet sie sich im

vierten Kapitel der Produktivkraft und dann im fünften der Wertrealisierung zu, die sie als die eigentliche Herausforderung für viele Unternehmen betrachtet. Karl Polanyis Analyse der Marktentwicklung in seiner „Great Transformation“ und Karl Marx' Ausführungen zur Produktivkraftentwicklung bescheinigt sie große „Klarheit, empirische[n] Ernsthaftigkeit und analytische[n] Breite“ (S. 101) es seien hilfreiche Instrumente für die weitere Suche nach dem wirklich Neuen. Das leuchtet ein, schließlich wird Polanyi heute viel gelesen und beispielsweise die Eignung seiner Erkenntnisse auch für die große sozial-ökologische Transformation geprüft. Die Autorin findet bei ihm, anders als bei anderen, die Einsicht in die vielen Ursachen für eine wirtschaftliche Revolution, sei es die industrielle oder die der *Industrie 4.0*. Während Polanyi den Wandel vom Kaufmann zum Unternehmer und damit den Produktionsprozess wie eine *Blackbox* behandelt, befasst sich Marx ausführlich damit, weil in dieser Phase Mehrwert und Profit entstehen. Er und Engels entwickelten ein komplexes sozio-technisches Konzept um die Produktivkraftentwicklung mit dem Ziel wachsender Wertschöpfung. Dieses Konzept hält Pfeiffer für weiterhin relevant, teilweise habe es sich auch im *Economic Complexity Index (ECI)* von Cesar A. Hidalgo und Ricardo Hausman niedergeschlagen. Im Abschnitt 4.3 nimmt sie sich eine Anzahl Autorinnen und Autoren mit deren Verengungen und Missverständnissen bei der Anwendung auf den digitalen Kapitalismus vor.

### Produktion und Konsum

Für Marx war die Wertrealisierung angesichts wachsender Produktion und begrenzter Konsumtion ein Problem, das gab es also schon im Industriekapitalismus. Schon immer muss im Kapitalismus das Produzierte verkauft werden und noch heute ist der Konsum die Achillesferse des Kapitalisten, auch wenn Zentralbanken immer mehr Geld drucken:

*Die ökonomische Logik von Produktion im Kapitalismus erzwingt unvermeidlich eine zunehmende Ausdehnung: erst der Produktion selbst, dann der Märkte und des Konsums. (S. 139)*

Bei dieser Ausdehnung spielt die Digitalisierung eine große Rolle. In einer Kritik der Warenästhetik sucht Wolfgang Fritz Haug die neuen Widersprüche in dieser und stellt fest, dass die Produktivkraftentwicklung auch „Technologien des Imaginären“ revolutioniere: E-Commerce, Werbung, Ausschalten des Zwischenhandels, Gewinnerwartung als Versprechen von Gebrauchswert eines Unternehmens, ... Das lässt sich als Verweis auf die Aufmerksamkeits-Ökonomie lesen; ein Kauf kann erst zustande kommen, wenn die Werbung wahrgenommen wird. Jean Baudrillard schreibt über Konsum als Struktur und die immer schneller steigende Produktivität, verbunden mit radikaler Entfremdung. Die Entfremdung führe in ein Zeitalter des Konsums, in dem es vor allem darum gehe, durch soziale Praktiken Statusabgrenzung zu erreichen. Weil die Kaufkraft aber nicht mit wachse und ungleich verteilt sei, wandelten sich verbreiteten Instrumente der Finanzierung: Leasing, Konsumkredite, Ratenzahlung und Kreditkarten, „bis das individuelle Konsumkartenhaus zusammenfällt und

ein Verbraucherinsolvenzverfahren greift.“ Ferretti/Vandone bezeichnen das als „Industry of Personal Debt“ (S. 147). Hier zieht Pfeiffer eine Parallele von den Codes für Kauf- und Konsumverhalten zu den Programmcodes und Algorithmen, die sie vermitteln (in personalisierter Werbung und digitalen Monopolen). Im Abschnitt 8.2 behandelt sie diesen Aspekt ausführlicher.

Auch Zygmunt Bauman befasst sich anhand von drei Fallbeispielen mit dem „Leben als Konsum“, in dem Menschen sich selbst vermarkten, die in einer Doppelfunktion gleichzeitig Waren vermarkten und selbst diese Waren sind. Menschen eignen sich neue Arbeitsfähigkeiten an: „Werbung, Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Influencing usw.“ (S. 150) Es bleibt das Grundproblem des Kapitalismus, den Mehrwert auf dem Markt zu realisieren, was die Digitalisierung einerseits vorantreibt, andererseits riskanter macht, weil alle Unternehmen die Instrumente nutzen, allerdings je nach Größe mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Erfolgen. Neu ist allerdings auch das nicht. Überproduktion und Minderkonsum hängen zusammen, was ein Problem nicht nur für die Konsumenten, sondern vor allem für den Planeten ist. Auch das hatte Marx bereits vorausgesehen.

### Das Neue – Distributivkraft

Gut vorbereitet mit analytischen Instrumenten und Überlegungen, kann sich die geneigte Leser:in im sechsten Kapitel auf das Neue einlassen, die Betrachtung der Distributivkraft als Mittel zum erfolgreichen Verkauf im digitalen Kapitalismus. Pfeiffer listet die Maßnahmen auf, mit denen die Prozesse in Unternehmen, auf Märkten und durch politische Regulierung optimiert werden sollen (S. 160): die Konsumwilligkeit durch geplante Obsoleszenz, Marketing, Werbung, Nudging; ein Kaufzwang durch Nutzung statt Kauf bei Abo-Modellen, Streaming- oder anderen Cloud-Diensten; mehr und effizientere Kaufgelegenheiten; optimierte Logistik beim Verkauf und Prognosen des Konsumverhaltens. An diesem Strang zieht auch die Politik: Sie erhält die Konsumfähigkeit trotz erschwelter Bedingungen aufrecht, dehnt Märkte durch Freihandels-Abkommen und Ähnliches aus, schafft die Bedingungen für eine zielgerichtete Bildung der Profis. Der gesellschaftliche Diskurs setzt Innovation gleich mit Markterfolg statt sozialem Fortschritt, der Begriff der Disruption wird eingeführt und als positiv propagiert. Wertrealisierung ist das neue Ziel von Wissenschaft und Berufen, und Distribution kostet. Karl Marx sagte dazu bereits:

*Diese sämtlichen Kosten werden nicht gemacht in der Produktion des Gebrauchswerts der Waren, sondern in der Realisation ihres Werts; sie sind reine Zirkulationskosten. (S. 161)*

Im sechsten Kapitel analysiert Pfeiffer drei Ebenen der Distributivkräfte: Werbung und Marketing; Transport und Lagerung; Steuerung und Prognose, sie beschreibt Kontinuitäten und neue Aspekte, wie sie sich besonders in den Techniken der GAFAM zeigen. Im siebten präzisiert sie den Begriff und schließt die dritte Leerstelle, bevor sie im achten Kapitel empirisch

überprüft, ob ihre Distributivkraft-Brille dabei hilft, den real existierenden digitalen Kapitalismus klarer zu sehen.

Das neunte Kapitel zeigt auf etwa 20 Seiten, was für tiefgreifende Veränderungen sich in der Arbeitswelt und beim Einsatz der Technik, aber eben auch im Kapitalismus selbst zugetragen haben. Hier geht es um Reproduktion und Destruktion und den Blick auf die ökologischen Folgen dieser Wirtschaftsweise. Kann die Künstliche Intelligenz/das maschinelle Lernen ein Ausweg sein? Kann intelligente(re) Technik der menschlichen Dummheit abhelfen? Ich verrate Pfeiffers Meinung dazu nicht, sie hat aber auch da genau hingeguckt.

## Empfehlung

Nicht alle Soziologen schreiben gut, Sabine Pfeiffer kann das, sogar wenn es um ein ökonomisches Thema geht. Sie entwickelt eine analytische Perspektive, die Technikentwicklung, ökonomische Logik und gesellschaftliche Dynamik gemeinsam statt als sequenzielle Abfolge betrachtet. Ihr Buch ist didaktisch aufgebaut, mit einer Einführung in die Inhalte jedes Kapitels, die sie dann vertieft, verständlich und ohne unnötige Längen. Anspruchsvoll ist es aber schon; die geschätzte Leser:in sollte Pfeiffers kritisches Interesse für die Volkswirtschaftslehre teilen. Ein Grundverständnis der Marxschen Ideen hilft, ist aber nicht Voraussetzung.



Dagmar Boedicker

## Barbara Wiesner: Private Daten – Unsere Spuren in der digitalen Welt

*Barbara Wiesner hat ein schönes, kurzes Büchlein über das Verhältnis von Komfort und Selbstbestimmung geschrieben. Sie nennt Privatheit, was uns ermöglicht zu sprechen und zu handeln, ohne dass andere davon wissen, seien es nun GAFAM<sup>1</sup> oder wer auch immer. Es ist weniger ein Buch für Engagierte im FfF e. V. als vielmehr eins, das Sie Menschen in die Hand drücken können, die als Laien wenig darüber wissen, was bei der Verarbeitung ihrer Daten geschieht und welche Folgen das haben kann. Wiesner lässt es nicht bei einer Beschreibung dieses Zusammenhangs bewenden, sie gibt auch Hinweise, wie Nutzerinnen sich schützen können.*

*Private Daten* muss niemand am Stück lesen, jedes Kapitel steht für sich und Zitate ziehen sich durch das Buch, an denen die geneigte Leserin beim Stöbern anhalten und sich weiter in den Text schwingen kann. Wiesner hat gut recherchiert, ein langes Literaturverzeichnis liefert Anregungen zum Weiterlesen, und sie greift die wesentlichen Aspekte heraus. Diese Aspekte können zwei Seiten haben: Der Sohn des Philosophen Michael Sandel lebt völlig entspannt mit der Tatsache, dass die NSA weiß, mit wem er kommuniziert. Würden sie empfinden er das als Verletzung sei ein Beispiel: Wenn Eric Schmidt von Menschen nur tun sollten, was an (S. 51), spricht es nicht für sein Demokratieverständnis.

Wiesner ist weder Missionarin noch Besserwisserin, sie lässt die Fakten einfach einfließen, wie beispielsweise die Tatsache, dass bei einem ersten *Smart-Home*-Projekt die Daten ganz selbstverständlich nur den Hausbewohnern zur Verfügung standen. Dazu muss sie keine Ausführungen über die Begehrlichkeiten von Datenkraken ausbreiten, vielmehr erläutert sie, dass auch heute noch für den Komfort beim eigenen Heim die Verbindung ins Internet nicht erforderlich ist.

Wenn es um die Begehrlichkeiten von Staaten und ihren Sicherheitsbehörden geht, sind die sich keineswegs alle einig. Wiesner zitiert zwei hochrangige ehemalige Sicherheitspolitiker der USA, die für übertrieben halten, was andere als das Ende der Strafverfolgung und Prävention bezeichnen – die Verschlüsselung. Auch hier weist sie auf die zwei Seiten der Medaille hin: Über Hintertüren entschlüsselbare Kommunikation oder Trojaner machen die Kommunikation für alle unsicher.



Barbara Wiesner  
Private Daten – Unsere Spuren  
in der digitalen Welt  
Transcript Verlag Bielefeld, 2021  
Broschur, 107 Seiten  
ISBN: 978-3-8376-5605-3

erschienen in der FfF-Kommunikation,  
herausgegeben von FfF e. V. - ISSN 0938-3476  
www.fff.de

## Fazit

Ich finde das Buch gut geeignet als Weihnachtsgeschenk für Freunde und Bekannte, mit denen wir uns schon mal über den sogenannten Datenschutz unterhalten haben, vor allem, wenn sie nicht glauben, alles darüber zu wissen. Sogar wer „mir doch egal“ denkt, könnte sich bereitfinden, angesichts der Kürze und angenehmen Lesbarkeit doch etwas Zeit dafür aufzubringen. Es lohnt sich.

## Anmerkung

1 Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft – die großen Fünf