

Essay: Disruptiert doch bitte den Kapitalismus...

von Andreja Schneider-Dörr¹

Die Zukunft hat Konjunktur. Überlegungen dazu, wie die *Digitalisierung* unser aller Leben und Arbeiten gestalten wird, ergießen sich über uns wie die Milliarden *venture capitals*, die das Silicon Valley in Start-ups investiert. Zu diesen Zukunftsvisionen gesellen sich alte und neue Fragen über unsere Wirtschaftsordnung. Blicken wir daher zuerst auf die These des endenden Kapitalismus. Sodann sehen wir uns den Turbokapitalismus an, der durch die Digitalisierung befeuert zu werden scheint. Wie können wir bei allem, was uns erwartet, die Helden der storyline werden?

Immer wieder... Das Ende vom Kapitalismus

Nicht das erste Mal in der Geschichte des Kapitalismus wird dessen Ende in Aussicht gestellt. Viele äußern ihre Bedenken. Jeremy Rifkin, der die Null-Grenzkosten-Gesellschaft kommen sieht.² Wolfgang Streeck, der dankenswerter Weise auf großvisionäre Thesen verzichtet, sondern analysiert, wie die Marktexpansion in vielerlei Hinsicht an ihre natürlichen Grenzen kommt.³ Es gibt noch viele kluge Ansichten zum Ende des Kapitalismus. Nur, Totgesagte leben länger.

Für viele Menschen war und ist das allgemeine Narrativ des Kapitalismus: Alles ist erreichbar, wenn du dich nur bemühest. Während also unsereins darum kämpft, ein *Stück vom Kuchen* abzubekommen und sich dem Leistungs- und Verwertungsdictat unterwirft, gab es bei den Kapitalisten, also jenen, die die *Bäckerei* bereits qua Geburt oder geschickter Ausbeute besaßen, mehrere Systemabstürze. Mit den Anfängen der Industrialisierung

schufteten Menschen unter solch unwürdigen Bedingungen, dass sich maßloses Elend anhäufte. Die Arbeits- und Lebensbedingungen wurden dank des gemeinsamen gewerkschaftlichen Kampfes um soziale Sicherung und bessere Entlohnung erträglicher, niemand spricht von gut.

Das Wirtschaftswunder der Bundesrepublik Deutschland in den 1960er Jahren brachte mit einer *sozialen* Marktwirtschaft vielen Menschen mehr soziale Sicherung und Wohlstand. Ab den 1970er Jahren ging es aber im Wesentlichen wieder bergab: Inflationskrise, Staatsverschuldung, wachsende Arbeitslosigkeit und Abbau von sozialen Rechten. Die 1990er Jahre waren die Jahre der Haushaltskonsolidierung und beginnenden Austeritätspolitik. Die Dotcom-Blase zu Beginn der 2000er leitete einen noch viel größeren Crash ein, nämlich die Finanzmarktkrise 2007. Bisherige Krisen des Kapitalismus zeigten sich stets in Schüben – das ist im System inbegriffen, denn Krisen rekombinieren Ressourcen und Möglichkeiten, danach ist alles erst mal besser. Letztere wird jedoch als die schlimmste Kapitalismuskrise seit dem 2. Weltkrieg gesehen. Es sei nicht nur ein Krisenzyklus, die Krise zeige systemische Fehler.⁴ Der weitere Rückgang des Wachstums, der anhaltende Anstieg der Gesamtverschuldung und die wachsende Ungleichheit der Einkommen und Vermögen befeuerten gemeinsam ein *race to the bottom*. Statt echter Reformen und nicht nur gut klingender Absichtserklärungen gab und gibt es vor allem eine Menge billiges Geld. Das mag auf den ersten Blick heilsam sein: Deutschland hat momentan 44,3 Millionen Erwerbstätigen, eine Rekordbeschäftigung⁵ und die Wirtschaft wächst mit fast 2 Prozent.

Ach und bevor wir es vergessen, im künftigen Bundestag haben sich 12,6 Prozent der

¹ Andreja Schneider-Dörr, Juristin, ist Doktorandin an der Universität Bremen; Arbeitsschwerpunkte: Sozialrecht, Arbeitsrecht. Der Essay wurde für den Call for Papers verfasst, den spw anlässlich des von der Zeitschrift mit veranstalteten Kongresses „Digitaler Kapitalismus – Revolution oder Hype?“ veröffentlicht hatte. Wir danken der Autorin des Beitrages sowie allen TeilnehmerInnen für Ihr Interesse und ihre Einsendungen.

² Jeremy Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, Fischer Verlag 2014.

³ Wolfgang Streeck, Blätter für deutsche und internationale Politik, 3/2015 S. 99; 4/2015 S. 109.

⁴ Streeck, Wolfgang, Blätter für deutsche und internationale Politik, 3/2015, S. 99.

⁵ <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/Arbeitsmarkt/Arbeitsmarkt.html> abgerufen am 12.10.17.

Wähler_innen für eine Partei ausgesprochen, die nicht nur am rechten Rand steht, sondern von diesem bereits heruntergefallen ist. Dies zeigt etwas Befürchtetes auf: Kapitalismus und Demokratie scheinen einander auf lange Sicht nicht zu mögen. Hierzu diagnostizierte Nobelpreisträger Joseph Stiglitz den Deutschen „eine ökonomisch begründete Angst“, die auch in der ungerechten Verteilung von Einkommen und Steuern zu sehen sei. Des Weiteren habe die Regierung es unterschätzt, wie wichtig ein anständiges Einkommen für die Würde der Menschen ist.⁶ Wie recht er hat; Rekordbeschäftigung bedeutet nicht gute Jobs und Mindestlohn heißt nicht guter Lohn. Irgendwie wird man das diffuse Gefühl nicht los, dass etwas ganz schön aus den Fugen geraten ist.

Beim weiteren Beobachten der Tragödie *Leben und Tod des Kapitalismus* scheint es, der Kapitalismus habe eine neue Spielkameradin bekommen, die ihn zu noch mehr Dummheiten anstiftet: die Digitalisierung.

Der Kapitalismus und die Digitalisierung⁷

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) beseitigen Hürden, auf die ein analoger Kapitalismus angewiesen war. Zunächst weicht er das Unternehmen als Ort der Wertschöpfung auf. Damit geht ein Abbau sozialer Rechte von arbeitenden Menschen einher. Bei vielen Geschäftsmodellen gibt es überhaupt kein Interesse daran, eine nachhaltige Struktur zu etablieren. Sie wollen zerstören oder um im Sprech zu bleiben: disruptieren. Die Folge davon: eine Beförderung von Star-Systemen und Monopolen, die die Abwärtsspirale für die meisten Menschen verstärkt.

Von vorne:

Das *Unternehmen* galt viele Jahrzehnte als der maßgebliche Ort für die Produktion von Gütern und Dienstleistungen. Diese Überle-

gungen gehen maßgeblich auf Ronald Coase zurück. Er erforschte, wie ökonomische Aktivitäten koordiniert werden können. In seinem richtungsweisenden Aufsatz „The Nature of the Firm“, stellt er die zwei Koordinationsformen „Markt“ und „Unternehmen“ nebeneinander.⁸ Er beobachtete, dass der Markt Produktionsentscheidungen durch den Preismechanismus mittels Angebot und Nachfrage koordiniert. Das Unternehmen wiederum trifft Produktionsentscheidungen kraft seiner Hierarchie. Etwas überspitzt ausgedrückt: Der Firmenpatriarch sagt, was, wann und von wem produziert wird. Angesichts dieser Dichotomie Markt und Unternehmen bleibt unsereins mit der Überlegung zurück: Angebot und Nachfrage sind *die* Faktoren, um ökonomische Bedarfe zu erkennen und zu befriedigen. Warum gibt es dann überhaupt Unternehmungen? Der Hauptgrund dafür, dass sich eine Unternehmung lohnt, ist die Tatsache, dass der Gebrauch des Preismechanismus mit Kosten verbunden ist, den Transaktionskosten:

1. Auf dem Markt entstehen Such- und Informationskosten. Die Marktteilnehmer_innen kennen nicht alle Preise.
2. Verträge kosten Geld; Ein Produzent wird mit den Herstellern oder Eignern einer Ware nicht jeden Tag Verträge über den Verkauf oder die Erbringung einer Leistung abschließen.
3. Für die Durchführung einer Produktion werden die Produktionsfaktoren *langfristig* gebraucht.

Damit kommt Coase zu dem Schluss, dass Märkte die kostspieligere Koordinationsform sein können und daher ein Unternehmen geboten ist.

Die Koordinationsform Unternehmen hatte im analogen Kapitalismus einen solchen Erfolg, dass sich ein Großteil wirtschaftlicher Aktivitäten sowie staatlicher Regulierungsbemühungen am *Unternehmen* orientierte. Schutzmaßnahmen für arbeitende Menschen

⁶ Joseph Stiglitz in der SZ am 08.10.2017 <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/oekonom-joseph-stiglitz-im-interview-trump-wirft-eine-granate-in-die-weltordnung-1.3697290>.

⁷ „Digitalisierung“ ist gerade das pars pro toto für alle möglichen Entwicklungen der IKT. Automatisierung, Technisierung, Informatisierung werden meist subsumiert. Die Autorin ist sich dessen bewusst und bittet jene um Nachsicht, die sich an dieser Ungenauigkeit stören.

⁸ Coase, Ronald, „The Nature of the Firm“, *Economica* Vol. 4, Iss. 16/1937, S. 386.

entwickelten sich entlang der Annahme, der Mensch arbeite im Dienste eines anderen und sei zu weisungsgebundener, fremdbestimmter Arbeit in persönlicher Abhängigkeit verpflichtet.⁹ Kurzum, er/sie sei Arbeitnehmer/in. Sie verkaufen ihre Arbeitskraft und bekommen dafür theoretisch die Eintrittskarte zu allen Schutzmaßnahmen des Arbeitsrechts.¹⁰

Im Zuge der Digitalisierung entstehen Geschäftsmodelle, die ohne Unternehmung und ohne Arbeitnehmer_innen auskommen.

Das Geschäftsmodell unserer Zeit ist die *Plattform*. Folgender Ausspruch ist fast schon zur Definition der Plattformökonomie geworden: „Uber, the world’s largest taxi company, owns no vehicles. Facebook, the world’s most popular media owner, creates no content... And Airbnb, the world’s largest accommodation provider, owns no real estate. Something interesting is happening.“¹¹ Es bringt hervor, was genau der Vorteil der Plattformökonomie gegenüber herkömmlichen Märkten ist: „The Internet is the most powerful mechanism we can imagine to match perfectly individuals that need something, and people with something to offer.“¹²

Dies zeigt, wie Coases Überlegungen, warum ein Unternehmen die sinnvollere Koordinationsform sein kann, obsolet werden:

1. Such- und Informationskosten sinken. Das Internet, das Zeit und Raum offenbar als lästige physikalische Einheiten sieht, erlaubt eine schnelle Allokation wann, wer, welche Dienstleistung für Nachfragende erbringen kann.
2. Verträge kosten immer weniger. Wenn immer jemand auf der Welt verfügbar ist,

der/die einen Job erledigen kann, dann kostet der Abschluss eines Vertrages den Bruchteil der Zeit, den wir benötigen um ein Häkchen zu setzen oder einen Klick zu tätigen.

3. Langfristige Produktionsfaktoren werden dort benötigt, wo nicht pausenlos Menschen ausgetauscht werden können. Mit der Plattformökonomie und unter den ersten beiden Voraussetzungen wird eine *On-demand-workforce* erschaffen, die es Plattformen ermöglicht, kurzfristige Entscheidungen treffen zu können, ohne an Produktivität einzubüßen.

Plattformen wie Uber, Airbnb, Foodora, Deliveroo, clickworker, 99designs, Helpling, Spotify und viele andere sind Vorzeigebeispiele, wie die Plattformökonomie das Unternehmen als Ort der Wertschöpfung aushebelt. Sie können auf Produktionsfaktoren zurückgreifen ohne so viel Kapital binden zu müssen, wie es in einem vergleichbaren Unternehmen notwendig wäre. Ein Taxiunternehmen muss eine Flotte und Arbeitskräfte vorhalten; Hotels brauchen Gebäude, Arbeitskraft, Einrichtung, usw.. Das alles entfällt bei Plattformen. Die Arbeitskräfte bzw. Anbieter bringen die Aktiva selbst mit und zwar nicht als Arbeitnehmer, sondern als Selbstständige und damit ohne die sozialen Rechte, die Arbeitnehmer_innen zuteilwerden. Aus Investorensicht perfekt: Gewinne werden privatisiert, Risiken werden sozialisiert.¹³ Diese Unternehmen können so schnell wachsen, weil sie *keinen* Ballast haben. Sie bestehen aus wenig mehr als *Software!*

Die Milliarden *venture capital* beflügeln den Netzwerkeffekt. Je schneller das Wachstum, desto mehr Nutzer_innen, desto weniger Konkurrenz und dann *Rainmaker*-Stimmung. Die Kohle prasselt auf sehr Wenige herab. Nach den Regeln des Netzwerkeffekts funktioniert eine Plattform also besonders gut, wenn sie viele Anbietende bzw. Angebote vereint und Nachfragende damit ihren Bedarf decken können.¹⁴ Menschen suchen am liebsten

⁹ st. Rpsr. vgl. nur BAG, Urt. v. 25.9.2013 - Az. 10 AZR 282/12.

¹⁰ unermülich Däubler, Wolfgang: 1977 JA, S. 561; 2014 in *Moderne Arbeitswelt* Festschrift für Rolf Wank, S. 81; 2016 AuR, S. 325.

¹¹ abgerufen am 11.10.17 <https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/>, Übers.: „Uber, das größte Beförderungsunternehmen der Welt hat keine eigenen Fahrzeuge; Airbnb, das größte Unternehmen für Vermietungen und Übernachtungen hat keine eigenen Zimmer, Wohnungen oder Hotels; Da geschieht gerade etwas Spannendes.“

¹² a.a.O., „Das Internet ist der mächtigste Mechanismus, den wir uns vorstellen können, um Angebot und Nachfrage perfekt zusammenzubringen.“

¹³ Jaron Lanier, *Wem gehört die Zukunft*, S. 355.

¹⁴ Brynjolfsson/McAfee, *The Second Machine Age*, S. 77.

dort, wo sie schnell fündig werden. Deshalb gibt es auch nicht beliebig viele Wettbewerber in einem Segment, wodurch Monopole geschaffen werden. Die Tatsache, dass es sehr viele Plattformen innerhalb weniger Jahre auf Marktwerte geschafft haben, die jenseits aller Vorstellungen liegen¹⁵, zeigt, dass wenige Superstars die Branchen beherrschen. Was aber machen die Superstars mit ihrer unglaublichen Marktmacht? Sie feiern sich als Disruptoren der alten Ökonomie. Wo wir beim Unwort unserer Zeit sind: Disruption. Sie geht zurück auf den Harvard Professor Clay Christensen, der beschreibt, wie etablierte Unternehmen durch disruptierende Technologien aufstrebender Unternehmen zerstört werden können. Das etablierte Unternehmen erkennt das Potential, sieht sich dann aber vor einem Dilemma, da es nicht weiß, ob es bei seinem etablierten Geschäftsmodell bleiben soll oder ob es in neue, eben disruptierende Geschäftsfelder investieren soll.¹⁶ Bei falscher Entscheidung müssen sie zusehen, wie ihr Geschäftsfeld womöglich von einem branchenfremden Neuling erobert wird; zu beobachten beim autonomen Fahren mit Google, die zwar keine Ahnung von Autos haben, aber eine Menge von Bedürfnissen verstehen. Es geht darum, Bestehendes zu zerstören. Was bedeutet das eigentlich?

Der Mensch... Held der Storyline?

Bei Lichte betrachtet feiert der digitale Kapitalismus nicht die Disruption und nicht den Netzwerkeffekt. Er feiert, dass Branchen zerstört werden, die Menschen in Lohn und Brot bringen und sozialer Schutz abgebaut wird. Geschäftsmodelle, deren Gewinne dadurch entstehen, dass sie soziale Rechte mit Füßen treten, müssen sich nicht als disruptiv feiern; sie verachten Menschen, die nur noch als Verfügungsmasse der Plattformen dienen – sei es durch unsere Daten oder unsere Arbeit. Das ist kein digitaler Kapitalismus, der eine Revolution zu Gunsten der Menschheit einleitet, das ist digitaler Feudalismus, der unser Leben

auf eine harte Probe stellen kann. Allein dabei können wir es nicht belassen. Wie werden wir Helden der Storyline?

Ein Anfang wäre, mit dieser Anbietung an das Silicon Valley aufzuhören. Als wäre es plötzlich gar nichts mehr wert, dass wir ein soziales Sicherheitsnetz haben, durch das nicht jeder durchfallen soll (und es dennoch genügend tun). Als wären Risiken wie Krankheit, Alter, Unfall, Kündigung, individuelles Pech, für das wir auch individuell einzustehen haben. Ein Spruch wie „Digitalisierung first, Bedenken second“ ist weithinein so hohl, dass man sich fragt, wie sehr der Mensch noch reduziert werden soll.

Stattdessen sollten wir unsere Rechte einfordern und neues Recht setzen. Wer sagt, dass Clickworker nicht Arbeitnehmer einer Plattform sein können, wenn sie keinerlei Spielraum bei der Art und Weise der Dienstleistung haben, mithin ähnlich weisungsabhängig wie Arbeitnehmer_innen sind? Die Europäische Union tut gut daran, hier Recht zu schaffen, das Mindeststandards für arbeitende Menschen in der Plattformökonomie sichert.¹⁷ Wieso nicht die Plattformökonomie zu unseren Gunsten ausnutzen? Wenn wir etwas haben oder können, müssen wir doch nicht die Monopole damit füttern? Deshalb müssen Genossenschaften gefördert werden. Wenn den Menschen die Knotenpunkte des Netzes gehören und nicht Sirensenservern, dann erst werden wir zu den Helden der Storyline. Das muss auch durch Aufklärung und Datenschutz geschehen. Wir geben uns viel zu sehr den Annehmlichkeiten unserer glänzenden Gadgets hin ohne zu wissen, was wir damit in Gang setzen. Kaufen wir, weil Google, Facebook, Amazon es wollen? Zahlen wir den Preis, der fair ist oder der als unsere Schmerzgrenze errechnet wurde? Entscheiden wir am Ende noch frei oder entscheiden andere?

Fragen über Fragen. Es wird Zeit für Taten und Antworten. ■

15 Geschätzter Wert (US-Dollar) Spotify: 8 Milliarden, Uber: 68 Milliarden, Airbnb: 30 Milliarden.

16 Clay Christensen, „The Innovator's dilemma“, Harvard Business School Press, 1997.

17 Schön nachzulesen bei FES,