

2. Arbeitsorganisation im Plattformkapitalismus

In diesem Kapitel wird zunächst erläutert, was den Plattformkapitalismus auszeichnet und weshalb es sinnvoll ist, von ihm als eigenem Produktionsmodell zu sprechen. In groben Zügen wird dabei der Stand der soziologischen Debatte um den Plattformkapitalismus wiedergegeben. Daraufhin wendet sich der Blick zur Prekarisierung der Arbeit in diesem Produktionsmodell und anschließend zu den Problemen gewerkschaftlicher Organisation im selbigen. Um theoretische Zusammenhänge zu illustrieren, greife ich hin und wieder vor und nutze Lieferando als Beispiel. Vorerst interessieren die Abläufe im Unternehmen aber noch nicht en détail, sondern nur soweit sie theoretische Überlegungen verdeutlichen.

2.1 Zum Begriff des Plattformkapitalismus

Der Begriff „Plattformkapitalismus“ wird häufig synonym verwendet mit dem des „Digitalen Kapitalismus“ und dem der „Gig Economy“. Hier sollte man allerdings differenzieren: Zwar beziehen sich all diese Begriffe auf die Rolle von Plattformen und digitaler Technologie in der Arbeitswelt – die Blickwinkel, aus denen sie betrachtet wird, unterscheiden sich jedoch deutlich. Der Begriff der Gig Economy bezieht sich auf eine bestimmte Arbeitsweise. Er drückt aus, dass Menschen kurzfristige oder projektbezogene Jobs über Plattformen annehmen (Scholz 2016:10). Laut Moritz Altenried (2021:57) übersetzt sich so die Logik der Plattformen in ein Modell von „Arbeitskraft on demand“. Die Gig Economy bezeichnet also einen bestimmten Teil des Plattformkapitalismus mit spezifischen Arbeitsverhältnissen; es handelt sich daher um einen engen Begriff. Der Begriff des digitalen Kapitalismus dagegen ist ein sehr weiter. Er bezieht sich auf die strukturellen Veränderungen der Ökonomie durch die Einführung von Informationstechnologien. Somit umfasst er nicht nur die digitalen

Plattformen, sondern auch andere Aspekte der digitalen Wirtschaft wie die Automatisierung von Produktionsprozessen, die Verwendung von Big Data und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle (Schiller 1999). Da man mit Philipp Staab (2019:28) die proprietären, das heißt anbieterkontrollierten Märkte der Leitplattformen für den operativen Kern des digitalen Kapitalismus halten kann, werden die Begriffe aber häufig synonym verwendet.

Von den beiden genannten Begriffen unterscheidet sich der des Plattformkapitalismus. Er wurde maßgeblich von Nick Srnicek in seinem gleichnamigen Buch geprägt. Srnicek vertritt, durch die Brille der Wirtschaftsgeschichte und der Geschichte des Digitalen sehend (Srnicek 2018:10), die These, dass es eine neue Form des Kapitalismus gebe – den Plattformkapitalismus. Plattformen definiert Srnicek als „digitale Infrastrukturen, die es zwei oder mehreren Gruppen ermöglichen zu interagieren“ (ebd.:46). Sie sind also Vermittler, die Kund:innen, Werbende, Dienstleistende, Lieferant:innen etc. zusammenbringen (ebd.:46/47). Den Aufstieg der Plattformen hält Srnicek für eine wesentliche Neuerung in der kapitalistischen Akkumulationsdynamik. Gleichzeitig betont er: So zentral diese Veränderung auch sein mag, sie habe dieselben Ursachen wie alle bisherigen Wandlungen des Kapitalismus, und zwar „Konkurrenz und Kampf – sowohl zwischen Klassen in ihrem Bemühen, auf Kosten der jeweils anderen Stärke zu gewinnen, als auch zwischen Kapitalist:innen in ihrem Bemühen, die Produktionskosten unter den gesellschaftlichen Durchschnitt zu senken“ (ebd.:17).

Auch Oliver Nachtwey und Philipp Staab (2020) schlagen vor, den Plattformkapitalismus als spezifisches Produktionsmodell zu deuten. Laut den beiden Autoren unterscheidet sich jener in bedeutenden Dimensionen vom fordistischen wie vom postfordistischen Produktionsmodell und hat letzteres gewissermaßen abgelöst (Nachtwey/Staab 2020:289). Standen im Fordismus im Mittelpunkt der Wirtschaft große, tendenziell homogene Belegschaften, die durch hierarchische Steuerungsmodelle integriert wurden, ging im Postfordismus eine zunehmende Orientierung unternehmerischer Profitstrategien am Shareholder Value einher mit einer Dezentralisierung der Wertschöpfung und einer Fragmentierung der Belegschaften (ebd.:287/288). Im Plattformkapitalismus jedoch „bildet [...] das Wachstumsparadigma der

Plattformen und ihrer Ökosysteme den Kern der unternehmerischen Strategien der Marktgestaltung“ (ebd.:291).

Srnicek führt diesen Punkt weiter aus: Nachdem die Profitabilität der postfordistischen Produktion gesunken sei, habe sich das Kapital den Daten zugewandt. Daten seien demnach eine der wenigen verbliebenen Möglichkeiten für wirtschaftliches Wachstum angesichts eines lahmen Produktionssektors. (Srnicek 2018:11) Und weil, so Srnicek, immer mehr Branchen „ihre Kontakte online abwickeln“, werde „die Entwicklung hin zu Plattformen immer mehr Geschäftsbereiche erfassen. Plattformen sind dem entsprechend sehr viel mehr als Internet- oder Technologieunternehmen, denn sie können überall agieren, wo digitale Interaktion stattfindet.“ (Ebd.) In den bisherigen Produktionsmodellen hat das unternehmerische Eigentum an Produktionsmitteln das Grundprinzip kapitalistischer Wertschöpfung dargestellt. Bei vielen Plattformen verschiebe sich dies aber; die Produktionsmittel würden häufig externalisiert (Nachtwey/Staab 2020:294/295). Ein selbstständiger Crowdworker³ zum Beispiel besitze die Produktionsmittel – seinen Computer und einige Programme – selbst. Aufgrund der Marktkonkurrenz, die durch die jeweilige Plattform strukturiert wird, sei es ihm aber nur begrenzt möglich, daraus Gewinn zu erzielen. (Ebd.)

Zudem sei nicht mehr die Ware das entscheidende Element der Wertschöpfung, sondern nur noch ihre Vermittlung. Die Wertschöpfung werde also vom Produkt losgelöst (Nachtwey/Staab 2020:287). Denn diese „basiert in der Plattformökonomie in der Regel auf der Kommodifizierung der Vermittlung, womit der Besitz des Marktes und der Infrastruktur im digitalen Kapitalismus für die ökonomische Wertschöpfung elementar wird“ (Kirchner/Beyer 2016:332). Anschließend daran beschreibt auch Altenried (2021:51) die Infrastrukturalisierung als strategischen Horizont und Kern der Plattformökonomie. Denn das Ziel, zu unverzichtbaren Infrastrukturen des alltäglichen Lebens zu werden (ebd.), haben Plattformen wie Lieferando, Gorillas und Uber gemeinsam.

Die Plattformen, die dem neuen Produktionsmodell zuzurechnen sind, unterscheiden sich deutlich voneinander. Ulrich Dolata (2019:188)

3 Als Crowdwork bezeichnet man, dass Menschen digitale Arbeit an ihren heimischen Computern leisten, die von Plattformen vermittelt wird.

schlägt aufgrund dessen vor, zwischen verschiedenen Arten von Plattformen zu unterscheiden: Suchplattformen (Google), Networkingplattformen (Instagram, WhatsApp), Handelsplattformen (Amazon, Ebay), Cloud-Plattformen (Google Cloud), Crowdsourcing-Plattformen (Amazon Mechanical Turk) und schließlich Vermittlungsplattformen. Letztere bezeichnen digitale Plattformen, die es verschiedenen Parteien ermöglichen, miteinander zu interagieren und Dienstleistungen oder Produkte auszutauschen (ebd.). Lieferando ist ein Beispiel dafür: Die Plattform vermittelt zwischen den Kund:innen und den Restaurants. Bei anderen Unternehmen, die die Fahrer:innen nicht fest anstellen, vermittelt die Plattform sogar zwischen Fahrer:in, Kund:in und Restaurant im Dreieck.

Als Marktorganisator wird die Plattform zu einem „Hybrid zwischen Organisation und Markt“ (Kirchner 2019:6). Im Plattformkapitalismus sind viele Leitunternehmen, wie eben dargelegt, nicht nur Anbieter einer Ware, sondern gleichermaßen der Markt, auf dem sie veräußert wird (Nachtwey/Staab 2020:256). Sebastian Strube (2016:56) argumentiert sogar, dass der „Markt den Uber schafft, so weit von einem freien Markt entfernt ist, wie es in unserem Wirtschaftssystem nur möglich ist.“ Im Fall von Uber findet dies durch eine „Simulation des Marktes in Form eines Algorithmus namens surge pricing“ statt (ebd.). Bei Lieferando steigert die Plattform insbesondere den Preisdruck unter den Restaurants. Nicht nur werden die Preise der verschiedenen Restaurants auf einen Blick vergleichbar, auch gibt es einen starken Druck, überhaupt in der Lieferando-App zu erscheinen, weil Lieferando über ein Monopol verfügt. Die Restaurants müssen, wenn sie eigene Fahrer:innen beschäftigen, 13 % des Umsatzes von jeder Bestellung an Lieferando zahlen – allein dafür, dass das Unternehmen sie an die Kund:innen vermittelt.

Wie Srnicek (2018:50/51) geht auch Staab (2019:32) in seinem Buch „Digitaler Kapitalismus“ davon aus, dass es im Plattformkapitalismus eine starke Monopolisierungstendenz gibt. Hier komme der Netzwerkeffekt stark zum Tragen, das heißt der Nutzen der digitalen Produkte für die einzelnen Nutzer:innen steigt mit der Gesamtzahl der Nutzer:innen. Ein gutes Beispiel hierfür ist Google Maps: Je mehr Menschen die App benutzen und mit Daten füttern, desto besser wird die Qualität der Navigation (Staab 2019:22). Ähnliches gilt für die Lieferbranche:

Je mehr Restaurants bei einer App verfügbar sind, desto größer ist die Auswahl für die Kund:innen – je mehr Kund:innen die App nutzen, desto interessanter ist sie für die Restaurants. Staab (2019:227) argumentiert, dass es einen gewissen Matthäuseffekt zwar immer gäbe in der kapitalistischen Wirtschaftsweise; er habe bei den Plattformen aber ein ganz neues Niveau angenommen. Zudem befänden sich die Leitunternehmen des digitalen Kapitalismus unentwegt in einem Prozess der Expansion. Das heißt: Immer mehr Nutzer:innen müssen in die jeweiligen Systeme integriert werden (und natürlich auch motiviert werden dazubleiben), damit sie ihre Bedeutung beibehalten. Um die Zahl der Nutzer:innen stetig zu vergrößern, setzten viele Plattformen, so Staab, auf geringe Preise für die Endkund:innen. Dies erzeuge einen systematischen Preisdruck, der die Plattformen immer wieder zu Kostensenkungen zwingt. (Staab 2019:227)

Die Monopolisierungstendenz wird dadurch verstärkt, dass sich viele der Plattformen durch sogenanntes Risikokapital finanzieren. Als Risikokapital bezeichnet man außerbörsliches Beteiligungskapital, das von Investoren im Rahmen von Finanzierungsrunden ausgeschüttet wird. Diese erhalten im Gegenzug Anteile des Unternehmens (De Greef 2020:18). Durch die Anteile erhalten die Investoren auch Mitspracherecht. Obwohl das Geschäft der Plattformen meist, zumindest am Anfang, nicht profitabel ist, können die Plattformen weiter expandieren. Denn die Motivation der Geldgeber ist häufig langfristiger Natur: Sie suchen viel eher nach neuen Wertschöpfungsmöglichkeiten als nach schnellem Profit. Sie erhoffen sich langfristig sehr hohe Gewinne, wenn der Markt einmal völlig kontrolliert ist. (Ebd.) Zusammenfassen lässt sich das ganz einfach mit der Parole: „Wachstum vor Profit“ (Srnicek 2018:76).⁴

Wie Monopolisierung im Zusammenhang mit Risikokapitalfinanzierung steht, lässt sich gut zeigen am Beispiel Lieferando. 2014 haben die beiden Wagniskapitalgesellschaften Macquarie Capital und Prime

4 Sabine Pfeiffer (2021:234) weist darauf hin, dass der Kampf der Unternehmen um ein mögliches Monopol wiederum digitale Geschäftsmodelle befeuert. Allein der Kampf zwischen Lieferando, Lieferheld und Pizza.de um den deutschen Markt für die Lieferung von Speisen verschlang zwischen 2010 und 2019 mehr als 780 Millionen Euro an Werbeausgaben.

Ventures 103 Millionen Dollar Risikokapital in das Unternehmen gepumpt. Wozu? „Der Großteil davon wurde verwendet, um den deutschen Konkurrenten zu übernehmen und die anderen Risikofinanziers dort herauszukaufen“ (Berliner Morgenpost 2014). Mit dieser Taktik ist Lieferando zum Monopolisten geworden und hat 2019 sogar das Bundeskartellamt auf sich aufmerksam gemacht (Voß 2019). Die Bundesrepublik ist damit einer der ersten größeren Märkte, auf dem sich die den Plattformunternehmen attestierte Tendenz zur Monopolbildung realisiert hat, da der Konzern Just Eat Takeaway.com nun ohne unmittelbare Konkurrenz agiert (Brinkmann/Heiland 2020:123). Zur Expansion der Plattformen trägt auch bei, dass sie in vielen Fällen Teile ihres Angebots quersubventionieren, um unterschiedliche Nutzer:innen anzuziehen (Srnicek 2018:50/51). Im Fall von Lieferando bedeutet das, dass Geld von der profitablen Marktplatzfunktion in die noch nicht profitable eigene Lieferung gesteckt wird (Fleischmann 2023:124).

Irgendwann muss jedoch jedes Unternehmen Gewinn erwirtschaften. Das heißt im Zweifel: Die Arbeit muss entweder technisch substituiert, niedriger entlohnt oder effektiver ausgebeutet werden (Staab 2019:227). Staab (ebd.:139) zeigt das sehr deutlich am Beispiel von Uber. Er beschreibt, dass die Mehrzahl der Konsument:innen Uber nutzt, weil es preiswerter ist als Taxiunternehmen und konkurrierende Fahrdienstleister. Dies ist aber insbesondere deswegen der Fall, weil Uber seine Dienste subventioniert und somit die Preise drückt. Soll das Geschäft irgendwann profitabel werden, muss das Unternehmen entweder die Preise erhöhen oder die Lohnkosten senken, das heißt die Ausschüttung an die Fahrer:innen. Die Preise kann Uber aber nicht erhöhen, weil die Kund:innen dann wieder alternative Transportmöglichkeiten nutzen würden. Sie fahren ja eben Uber, weil Uber billig ist. Somit bleibt – solange selbstfahrende Autos die Fahrer:innen noch nicht ersetzen können – nur noch die Möglichkeit, die Löhne zu drücken. Daraus leitet Staab (ebd.) ab, dass Plattformunternehmen in der Tendenz soziale Ungleichheit verstärken.

Auch Altenried (2021) betont, man solle sich nicht austricksen lassen. Die menschliche Arbeit ist immer noch zentral in der Plattformökonomie. Soll heißen: Sowohl die Rolle des Kapitals als auch die der Arbeitskraft ist die gleiche wie zu allen Zeiten und in allen Arbeits-

organisationsmodellen des Kapitalismus. Was sich unterscheidet, ist laut Altenried (2021:52) viel eher, wer die Kosten trägt und wer das Risiko. Denn die häufig sehr schlanken Geschäftsmodelle hätten das Abwälzen von Risiko auf andere zum Kernprinzip. Zum einen tragen die Investoren das Risiko, die das Kapital in die Plattformen pumpen, zum anderen die Beschäftigten, die häufig formal selbstständig sind (ebd.). Dieser und anderen Auswirkungen der Plattformökonomie auf die Beschäftigten wende ich mich nun zu.

2.2 Arbeit im Plattformkapitalismus

Ohne Internet wäre es richtig schwer gewesen, jemand zu finden und 10 Minuten für sich arbeiten zu lassen und dann zu feuern. Aber jetzt mit der Technologie findet man sie, zahlt ihnen winzige Geldbeträge und wird sie los, wenn man sie nicht mehr braucht. (Lukas Biewald, Chef des Plattformbetreibers Crowdfunder, zit. nach: Schröder 2016:100)

Nachdem ich im letzten Abschnitt beschrieben habe, dass Plattformen zu einer „Radikalisierung betrieblicher Herrschaft“ führen (Staab 2019:227) und dass dies unter anderem mit der starken Tendenz zur Monopolisierung, dem Aufbau proprietärer Märkte und dem Einfluss von Risikokapital zu tun hat, fahre ich nun mit den Auswirkungen dessen auf die Beschäftigten fort. Wichtig ist dabei, nicht außer Acht zu lassen, dass diese Entwicklungen nicht im luftleeren Raum stattfinden. So betont Altenried (2021:60), dass man die Veränderung der Arbeitsorganisation in den und durch die Plattformunternehmen nur verstehen könne, wenn man sie in den Kontext der breiteren Tendenz der Flexibilisierung und Digitalisierung von Arbeit einordne. Srnicek (2018:92) teilt diese Position: Seiner Auffassung nach entwickeln sich im Plattformkapitalismus schlechte Trends des Arbeitsmarkts weiter, die es aber schon vorher gab. Insbesondere gelte dies für die Trends zum Outsourcing, zu schlechterer Bezahlung und zu strikterer Kontrolle während der Arbeitszeit.

Dagegen ist die Geschichte der „plattformbasierten, qua digitaler Vernetzung erst möglich gewordenen Erwerbsformen“ sehr jung (Schröder 2016:97). Lothar Schröder, ehemaliges Mitglied des ver.di-Bundesvorstands und zuständig für die Bereiche Innovation und gute Arbeit,

datiert ihren Beginn auf November 2005. Das ist der Monat, in dem Amazon die Website „Mechanical Turk“ online stellte. Auf dieser Plattform wurden die ersten Crowdfunding-Jobs angeboten. Die meist in kurzer Zeit zu bewältigenden Aufgaben wurden also in die digitale Welt outgesourct. (Ebd.) Heute kann jede Firma, egal von welchem Ort aus, auf der Plattform Aufträge veröffentlichen, die Mechanical Turk vermittelt – und jeder Mensch mit Internetanschluss kann sie, egal wo auf der Welt er sich befindet, annehmen (ebd.:98).

Mechanical Turk illustriert, dass die Weise, in der Plattformen Arbeit organisieren, durch eine Dreiecksbeziehung gekennzeichnet ist (Healy et al. 2017). An die Stelle der Beziehung zwischen Unternehmen und Beschäftigten tritt die Logik von Auftraggebern und Auftragnehmer:innen (Kirchner 2019:6/7). Da die Plattformen nur die Aufträge vermitteln, stellen sie in der Regel keine Arbeitsmittel und bezahlen nach Auftragslage, also quasi auf Akkordbasis (ebd.). Die Arbeitsplattformen umgehen mit dieser Beschäftigungsform grundlegende Rechte der Arbeitenden wie Arbeitgeberbeiträge zur Kranken- und Sozialversicherung oder die Lohnfortzahlung im Krankheitsfall. Zudem tragen diese selbst das Risiko einer schlechten Auftragslage. (De Greef 2020:17) Auch die üblichen Regulierungen des Arbeitsschutzes gelten in der plattformvermittelten Arbeit nicht (Kiess 2022:112). Es zeigt sich: Die prekären Bedingungen der Plattformarbeit sind eine radikalisierte Form der von den Gewerkschaften schon lange bearbeiteten Probleme, die sich aus der Deregulierung des Arbeitsmarktes ergeben (ebd.:115).

Inzwischen gibt es jedoch verschiedene Präzedenzurteile von deutschen und europäischen Arbeitsgerichten, die den Erwerbsstatus der Plattformarbeiter:innen als Soloselbstständige in Frage stellen. Daraufhin hat sich in den letzten Jahren einiges getan. In der Bundesrepublik haben deswegen einige Plattformen, darunter Lieferando, ihr Beschäftigungsmodell geändert und sind auf ein System mit klassischer Festanstellung und Minijobs umgestiegen. Andere Unternehmen, Uber beispielsweise, versuchen dem deutschen Arbeitsrecht durch kreative Lösungen aus dem Weg zu gehen. Uber arbeitet in Deutschland mit einer komplizierten Architektur aus Subunternehmen, die für Uber eigene Fahrzeugflotten verwalten, und Fahrer:innen, die bei diesen Mietwagenunternehmen angestellt sind (Lorig/Gnisa 2022:136). Phi-

lipp Lorig und Felix Gnisa sind daher der Auffassung, dass reine Soloselbstständigkeit als Erwerbsform bei Plattformen zurückgehen wird, weil sie leicht rechtlich anzugreifen ist (ebd.). Inwieweit sich dies bewahrheitet, muss aber in den nächsten Jahren beobachtet werden. Da sich die Rider in vielen Städten selbstständig auf freie Schichten bewerben müssen, bleibt auch ohne formale Selbstständigkeit ein Konkurrenzverhältnis zwischen ihnen bestehen (Ewen 2022:148). Dies ist möglich, da in den Arbeitsverträgen nur eine Minimalarbeitszeit festgelegt wird und keine feste Wochenarbeitszeit. Ziel dieses Modells sei es, ein permanentes Überangebot an Arbeitswilligen zu erzeugen, auf dessen „Basis ein ruinöser Wettbewerb zwischen den Beschäftigten inszeniert werden kann“ (Staab 2020:254/255). Dabei gehe es sowohl um das Drücken der Löhne als auch um die Unterminierung der Solidarität zwischen den Ridern (ebd.).

Neben der zumindest früher vorhandenen Tendenz zum Outsourcing gibt es laut Stefan Kirchner und Jürgen Beyer (2016:327) bei Unternehmen, die der Plattformlogik folgen, eine Tendenz zur Delokalisierung. Das bedeutet, dass die Unternehmen nicht mehr an einen bestimmten Ort gekoppelt sind. Dies führen Kirchner und Beyer (ebd.) auf den ortsunabhängigen Zugriff auf zentrale Bezugspunkte im Unternehmen zurück, der durch die Möglichkeit mobilen digitalen Arbeitens entsteht. Unternehmen „statten [also] ihre Beschäftigten mit digitalen Arbeitsmitteln aus.“ Somit ermöglicht digitale Technologie eine Abnabelung von kollektiven Arbeitsorten mit festgelegten Arbeitsplätzen. (Ebd.:328). Es werden kein Geschäft und keine Fabrik benötigt, die an einem festen Ort sind: „Das weltgrößte Taxi-Unternehmen Uber hat keine eigenen Fahrzeuge, das wohl wichtigste Medien-Unternehmen Facebook keine eigenen Inhalte, der wertvollste Einzelhändler der Welt, Alibaba, keine eigene Lagerhaltung, und der größte Unterkunft-Vermittler Airbnb keine eigenen Immobilien“ (Becker 2017:28). Auch die Tendenz zur Delokalisierung lässt sich bei Lieferando beobachten. Die Kommunikation findet rein digital statt und wenn die Rider ihre eigenen Fahrräder benutzen, dann müssen sie eigentlich nie einen Ort betreten, an dem sich auch andere Fahrer:innen befinden.

In der plattformvermittelten Arbeit steckt laut Strube (2016) häufig das Prinzip der Vereinfachung („deskilling“) von Arbeit.⁵ Er nennt das Beispiel Uber. Das Unternehmen sei insbesondere deshalb so erfolgreich, wie es die „Tätigkeit des Taxifahrens so vereinfacht [hat], dass eben auch ein ungelernter Bauarbeiter von 24 Jahren, der nur rudimentär deutsch spricht, in München ein effizienter Taxifahrer sein kann“ (ebd.:54). Die App ist mehrsprachig und vermittelt den Fahrer:innen jegliche notwendigen Informationen, von der Strecke über den Parkplatz bis zum Preis; alles läuft über die App, sodass Kund:in und Fahrer:in kein einziges Wort miteinander sprechen müssen. Diese Vereinfachung der Arbeit ist ambivalent. Einerseits erleichtert sie den Zugang zum Arbeitsmarkt, auf der anderen Seite entwertet sie die Arbeit. Der Lohn der Uber-Fahrer:innen ist niedriger als der von Taxifahrer:innen (ebd.). Die Jobs als Rider bei Lieferando gleichen den der Uber-Fahrer:innen in dem Sinne, das auch sie weder Ausbildung noch Deutschkenntnisse benötigen. Dies hat für die Unternehmen den Vorteil, dass sie Zugriff auf Millionen von Menschen als potenzielle Arbeiter:innen haben, die sonst schlechte Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Dies ermöglicht es den Unternehmen, trotz schlechter Bezahlung und schlechten Arbeitsbedingungen stets neue Arbeitskräfte zu finden. (Ebd.:55) Zudem gibt es laut Srnicek (2018:17) immer mehr Technologien im Kapitalismus, „die zum Verlust von Qualifikationen führen“ und es ermöglichen, teure qualifizierte Arbeitskräfte „durch billigere und willigere zu ersetzen“. Dieses Deskilling führt, gepaart mit der Flexibilität der Plattformarbeit, zu niedrigen Zugangsbarrieren. Somit bietet die Plattformarbeit einen schnellen Weg zum Einkommenserwerb und dient denen, die nur schwer Zugang zu einem Normalarbeitsverhältnis finden, als Rettungsanker. Deshalb ist die Plattformarbeit insbesondere für Migrant:innen attraktiv. (Fairwork 2022:13)

Eine weitere entscheidende Eigenschaft digitaler Arbeitsplattformen ist ihre Abhängigkeit von Algorithmen, die Managementfunktionen über-

5 Geprägt wurde der Begriff des „deskilling“ bereits 1974 von Harry Braverman in dessen Buch „Labor and Monopoly Capital“. Er deutete es als einen Mechanismus, mit dem die Eigentümer der Produktionsmittel die Beschäftigten kontrollieren, in ihrer Macht über die Produktionsmittel beschränken und die Kosten für die Arbeitskraft zu senken versuchen.

nehmen. Die digitale Infrastruktur der Plattformen kann als „algorithmisches Management“ bezeichnet werden. Der Begriff beschreibt automatisierte Mechanismen, mit denen Arbeit koordiniert und Verhalten digital gesteuert wird (Rosenblat/Stark 2016). Die technischen Infrastrukturen von Plattformen nutzen Algorithmen, um die Beschäftigten zu führen, zu bewerten und zu disziplinieren. Dies geschieht durch Einschränkungen, Empfehlungen, Aufzeichnungen, Bewertungen und Belohnungen, die dem Unternehmen Echtzeitanalysen und Prognosen ermöglichen. (Kellogg et al. 2020:368) Die komplexe Bewertung des Verhaltens der Beschäftigten generiert einen Verhaltensüberschuss und schränkt somit die Autonomie und Handlungsfähigkeit von Gig-Arbeiter:innen ein. Dies führt dazu, dass die Belegschaften, die nicht an der Entscheidungsfindung beteiligt sind, zum bloßen Objekt der Rationalisierung werden. Daher empfinden die Beschäftigten ihre Autonomie und Handlungsfähigkeit häufig als stark eingeschränkt (Ewen 2022:148). Personale und hierarchisch-bürokratische Koordinations- und Kontrollmechanismen treten hinter die digitale Steuerung zurück.⁶ Eine aktive Einbindung der Beschäftigten in die plattformseitige Planung und Ausgestaltung des Arbeitsprozesses ist nicht vorgesehen. (Ebd.)

Der Trend zur Ausgliederung, zum Lohndumping und zur Prekarisierung trifft nicht alle Beschäftigten in Plattformunternehmen. Viele Plattformen setzen den „Trend zur Ausgliederung gering qualifizierter Arbeitskräfte fort und behalten nur einen harten Kern gut bezahlter, hoch qualifizierter Mitarbeiter:innen“ (Srnicek 2018:92). Die Denkarbeit wird den meisten Beschäftigten entzogen und beim Management

6 Die digitale Steuerung führt immer wieder zu Auseinandersetzungen bezüglich des Datenschutzes. Zuletzt äußerte sich der Datenschutzbeauftragte des Landes Baden-Württemberg Stefan Brink: Er meldete Bedenken gegen die App „Scoober“ an, die von Lieferdiensten wie Lieferando genutzt wird. Die von der App erhobenen und gespeicherten Daten sind personalisiert, das heißt sie können einzelnen Beschäftigten zugeordnet werden. Der genaue Standort der Fahrer:innen wird in Abständen von 15 bis 20 Sekunden weitergegeben. Ein Unternehmen, das die App nutzt, wies den Vorwurf, der Datenschutz werde verletzt, zurück und argumentierte, die Zeit- und Standortdaten seien für das ordnungsgemäße Funktionieren des Lieferdienstes unerlässlich und die App kompatibel mit den geltenden Datenschutzbestimmungen. Das Unternehmen erklärte außerdem, dass die erhobenen Daten nicht für unzulässige Leistungs- oder Verhaltenskontrollen verwendet würden. (Molina et al. 2023:93)

konzentriert (ebd.:9). In Unternehmen wie Lieferando, Uber oder Airbnb gibt es eine klare Trennung „zwischen Menschen, die ‚über‘ der App arbeiten, und Menschen, die ‚unter‘ der App arbeiten“ (Strube 2016:57). Programmierer:innen, Datenanalytist:innen, Marketingexpert:innen – sie alle werden von Plattformunternehmen beschäftigt. Es handelt sich um gut ausgebildete Menschen, in fast allen Fällen um Akademiker:innen. Sie werden in der Regel nicht nur vergleichsweise gut bezahlt; sie können sogar die Abläufe im Unternehmen mitgestalten. Während diejenigen, die „unter der App“ arbeiten, also beispielsweise als Fahrer:innen, in den meisten Fällen prekär beschäftigt sind, haben die Gestalter:innen der App tendenziell gute Arbeitsbedingungen. Den Beschäftigten „unter der App“ wird durch diese Form der Arbeitsorganisation die Möglichkeit des Aufstiegs genommen. Die Apps bei Uber, Airbnb und Lieferando übernehmen nämlich in den meisten Fällen diejenigen Aufgaben, die früher den Vorarbeiter:innen oder dem mittleren Management zufielen. Sie verteilen die Aufträge an die Beschäftigten, übernehmen die Buchhaltung und sorgen für die Abwicklung des Zahlungsverkehrs. (Ebd.) Indem solche Aufgaben wegfallen, verschwindet die Möglichkeit, „aus einer relativ prekären Arbeitssituation in einen höher qualifizierten, besser bezahlten Job“ aufzusteigen (ebd.:57). Denn die Position der Vorarbeiter:in oder der mittleren Manager:in galten als klassische Aufstiegsjobs.

Samuel Greef, Wolfgang Schroeder und Hans Joachim Sperling (2020) konstatieren, dass die Auswirkungen der durch die Plattformökonomie entstandenen Formen der Lohnarbeit noch nicht absehbar seien. Es werde sich in den nächsten Jahren herausstellen, „inwieweit es sich dabei um disruptive Veränderungen handelt, die Akteurs- und Institutionengefüge aufsprengen und sich herkömmlichen sozialpartnerschaftlichen Aushandlungsformen und politischer Regulierung verweigern“ (ebd.:207). Obwohl plattformvermittelte Arbeit zahlenmäßig noch keine besonders große Rolle spiele, gehen Ulrich Brinkmann und Heiner Heiland (2020:121) davon aus, dass es sich bei dieser Form der Arbeit um eine „organisationale Avantgarde“ handelt. Schätzungen zufolge arbeiteten in Deutschland 2020 zwischen 500.000 und 1,6 Millionen Menschen in der Plattformökonomie – neben plattformvermittelten Reinigungsdienstleistungen und Care-Arbeit spielen vor allem die Bereiche Logistik und Mobilität eine große Rolle (Fairwork 2022:7).

Auch Srnicek (2018:110) geht davon aus, dass die Zahl der Plattformen in Zukunft steigen wird und der Wettbewerb die Plattformen dazu treibe, sich immer mehr abzuschotten. Abschottung meint hier den Aufbau eines eigenen „Universums“: Die Plattformen versuchen, zu einem möglichst großen Markt für möglichst viele Bereiche des Lebens zu werden. Dies würde sich zusätzlich negativ auf die Arbeitsbedingungen in der Plattformökonomie auswirken (ebd.). Srnicek betont, dass der Wettbewerbsdruck im Rahmen der kapitalistischen Produktionsweise diese Entwicklung begünstige. Er merkt dennoch an, dass sie nicht zwangsläufig sei, denn politische Bemühungen könnten sie immer noch aufhalten oder umkehren. (Ebd.:113) Die Entwicklung, dass die Logik der Plattformen zu einem zentralen Element der digitalen Ökonomie wird, bezeichnen Moritz Altenried, Julia Dück und Mira Wallis (2021:13) als „Plattformisierung“. Diese breite sich momentan dynamisch aus. Die Autor:innen gehen deswegen von einem umfassenden Transformationsprozess des gegenwärtigen Kapitalismus aus (ebd.). Inzwischen schauen sich bereits andere Branchen Mechanismen der Arbeitskontrolle ab, die zuvor von den Plattformen durchgesetzt wurden (Ewen et al. 2022:228). Altenried (2021:59) betont im Zuge dessen die Bedeutung der Plattformarbeit als zentrales Experimentierfeld für neue Formen der digital vermittelten Arbeit. Daher seien die Arbeitskämpfe bei Plattformunternehmen als wichtiges politisches Aushandlungsfeld für die Zukunft der Arbeit zu betrachten (ebd.:9/10). Aufgrund dessen betrachte ich im Folgenden, vor welche Herausforderungen der Plattformkapitalismus gewerkschaftliche Interessenvertretung stellt.

2.3 Probleme gewerkschaftlicher Interessenvertretung

Wer wie Uber von Partnern statt von ArbeitnehmerInnen spricht, der kaschiert damit ein Geschäftsmodell, das darauf basiert, dass man alle rechtlichen, sozialen und finanziellen Verantwortungen, die in Jahrhunderten zwischen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen ausgehandelt wurden, ignoriert, um auf dem Markt billiger und schneller agieren zu können. (Strube 2016:55)

Die eben beschriebene Organisation von Arbeit im Plattformkapitalismus verschärft „eine strukturelle Schieflage der industriellen Bezie-

hungen: Die Gewerkschaften haben im Grunde gar kein Gegenüber.“ (Kiess 2022:103/104) Viele Plattformunternehmen weigern sich, sich bestehenden Arbeitgeberorganisationen und institutionellen Arrangements anzuschließen, und behaupten stattdessen, sie seien keine Arbeitgeber, sondern nur Vermittler (ebd.). Im Folgenden gehe ich in aller Kürze darauf ein, dass die beschriebenen aggressiven Senkungen von Arbeitsstandards, die Umgehung des Arbeitsrechts und die neuen Formen algorithmischer Überwachung und Kontrolle die Gewerkschaften in die Defensive drängen und somit das Machtverhältnis zwischen Kapital und Arbeit verschieben (Basualdo et al. 2021:1/2). Laut Eurofound (2018:53) sind die existierenden industriellen Beziehungen nicht kompatibel mit den Strukturen der Plattformarbeit.

Es gilt jedoch festzuhalten: Die Krise der Gewerkschaften in Deutschland hat schon lange vor dem Aufstieg der Plattformen begonnen. Bereits zwischen 1991 und 2017 hat sich die Zahl der Mitglieder der DGB-Gewerkschaften fast halbiert, sie fiel von 11,8 auf knapp 6 Millionen. Der Abbau des Wohlfahrtsstaats, die unter dem Stichwort der Globalisierung gefassten Veränderungen der internationalen Ökonomie, der als Individualisierung apostrophierte Wertewandel, die Verschiebung gesellschaftlicher Macht zugunsten der Kapitaleseite sowie neue Formen der Erwerbsarbeit – darunter ihre Prekarisierung – werden dafür verantwortlich gemacht (Urban 2010:4). Es zeigt sich jedoch, dass die Digitalisierung für all diese Prozesse des Wandels der Erwerbsarbeit maßgeblich ist (Hoose 2018:8). Die Plattformen können also gewissermaßen als logische Fortsetzung dessen betrachtet werden.

Konkret frage ich im Folgenden danach, wie die Besonderheiten der Arbeitsorganisation bei Plattformunternehmen aus gewerkschaftlicher Perspektive zu beurteilen sind und inwiefern sie die bisher erprobte gewerkschaftliche Praxis vor Probleme stellen. Die nacheinander behandelten Spezifika sind: Erstens die Delokalisierung der Beschäftigten, zweitens der Trend zum Outsourcing bzw. zur Flexibilisierung der Arbeit, drittens die Zusammensetzung der Beschäftigten und schließlich viertens die algorithmische Kontrolle, der die Beschäftigten ausgesetzt sind.

Die im vorherigen Abschnitt beschriebene Delokalisierung, also die Tatsache, dass es „keine Betriebsstätte im herkömmlichen Sinne mehr

gibt, die für die Beschäftigten auch Ort der sozialen Begegnung wäre“ (Küppers 2022:203), stellt die Gewerkschaften vor ganz praktische Herausforderungen. Dadurch, dass die Beschäftigten sich in vielen Fällen untereinander überhaupt nicht kennen, ist es deutlich schwieriger, ein solidarisches Zusammengehörigkeitsgefühl unter ihnen zu erzeugen (ebd.). Dies ist natürlich nochmals schwieriger in Bereichen, in denen die Arbeiter:innen allein am Rechner Aufträge erledigen. Bei ortsgebundenen Dienstleistungen (Uber oder Lieferando sind hierfür klassische Beispiele) sind die Chancen immerhin etwas besser, da es zumindest zu gelegentlichen Begegnungen in der gleichen Stadt kommen kann (ebd.). Bei Lieferando gibt es Fahrer:innen, die keinerlei Zeit in der Hub⁷ verbringen. Sie beginnen ihren Arbeitstag an ihrem Wohnort und beenden ihn auch dort. Die „klassische Organisationsarbeit [von Gewerkschaften] in den Betrieben[...], wo ein politischer Sekretär mit organisierungswilligen Lohnabhängigen in Kontakt tritt“ (Kiess 2022:118), ist so nicht mehr möglich. Somit führt die Delokalisierung zu der Notwendigkeit, neue Strategien in der gewerkschaftlichen Arbeit zu entwickeln. Die wissenschaftliche Direktorin des Hugo-Sinzheimer-Instituts Johanna Wenckebach (2019:18) fordert deshalb unter anderem digitale Zugangsrechte für Gewerkschaften – so wie es früher den Gewerkschaften ermöglicht werden musste, vor dem Werkstor zu stehen, müsse es heute möglich sein, „digital alle Personen [zu] erreichen, die zum Beispiel die Fahrer-App von Lieferando installiert haben und für eine Plattform arbeiten. Wir brauchen digitale Zugangsrechte, Zugang zu Kommunikation zwischen Plattform und Beschäftigten.“ Sie hofft dabei auf zukünftige Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts. (Ebd.) Wie die Betriebsrät:innen bei Lieferando mit dieser Herausforderung umgehen, wird ein Untersuchungsgegenstand in Kapitel 6 sein.

Der Trend zum Outsourcing bzw. zur Flexibilisierung der Arbeit innerhalb der Plattformunternehmen sorgt dafür, dass die Plattformen die Auffassung vertreten, es handle sich bei den Arbeitenden nicht um ihre Beschäftigten, sondern viel eher um Selbstständige. Als Grund

7 Die Hauptumschlagbasis (Hub) ist bei Lieferando der Ort, an dem die Fahrer:innen, die ihren Arbeitstag nicht zuhause starten, ihre Rucksäcke und Fahrräder abholen. Zudem sind die Verwaltungsbüros in den jeweiligen Hubs untergebracht.

dafür wird angegeben, dass die Plattform nur zwischen den Auftraggebern und den Arbeiter:innen vermitteln würde. „Hauptargument dafür ist, dass die Gig- bzw. Crowdworker schließlich selbst entscheiden könnten, wann und wieviel sie arbeiten und welche Aufträge sie konkret annehmen.“ (Staab 2020:254/255) Diese Organisation der Arbeit führt häufig dazu, dass Kolleg:innen sich gegenseitig als Konkurrenz wahrnehmen und somit zu einem (vermeintlichen) Wettbewerb zwischen den Beschäftigten (ebd.). Dieser unterscheidet sich nach der Form der Beschäftigung: In manchen Fällen handelt es sich um Scheinselbstständige; als „Freiberufler“ oder „Selbstständige“ tragen sie nicht nur das ganze Risiko von Arbeitsausfällen und sind von den geltenden Arbeitsschutzbestimmungen ausgeschlossen; sie gehören auch nicht zum klassischen Klientel der Gewerkschaften, da diese die Interessenvertretung der lohnabhängig Beschäftigten sind (Kieß 2022:112). Die DGB-Gewerkschaften gehen auf dieses Problem langsam aber sicher ein:

Während ver.di seit langem Selbstständige organisiert, nehmen inzwischen auch IG Metall und NGG formal nicht abhängig Beschäftigte als Mitglieder auf. Dies stellt eine Verschiebung im gewerkschaftlichen Selbstverständnis dar. Teil der Auseinandersetzung ist dabei, [...] ob diese formale Unabhängigkeit von Plattformbeschäftigten deren Situation angemessen beschreibt. (Ebd.:118)

Dennoch gehört das Erämpfen von Tarifabschlüssen zu den wesentlichen Aufgaben der Gewerkschaften. Gemäß dem deutschen Tarifvertragsgesetz ist es für Gewerkschaften nicht möglich, Selbstständige tariflich zu erfassen. Wenckebach (2019:19) fordert deswegen: „Um die Arbeitsbedingungen zu verbessern, müssen [...] für alle Formen der Plattformarbeit Tarifverträge abgeschlossen werden können.“

Auch in Fällen wie Lieferando, wo die Rider nach langen Auseinandersetzungen inzwischen als Beschäftigte gelten, verhalten sich die jungen Plattformen anders als etablierte Unternehmen. So sind sie in der Regel nicht Mitglied in (Arbeitgeber-)Verbänden. Es gibt bisher kein Plattformunternehmen in Deutschland, das sich auf einen Tarifabschluss mit einer Gewerkschaft geeinigt hat. Daher wird den Plattformunternehmen häufig unterstellt, sie müssten die „klassische sozialpartnerschaftliche Kultur [...] erst lernen“ (Kieß 2022:118).

Die Flexibilität der Arbeit wird von den Gewerkschaften ambivalent bewertet. Beispielsweise erkennt ver.di das Potenzial, mittels mobiler Arbeit „unabhängig von Umständen wie familiären Verpflichtungen ein Einkommen zu erzielen“ (ebd.:107). Dennoch hält ver.di an der Kritik an den mit der Gig Economy verbundenen „Kontrolldilemmata und eine[r] Tendenz zur ständigen Verfügbarmachung von Arbeitskräften“ fest. Ver.di versuche aber gleichzeitig, den „Hype“ um die Gig Economy zu nutzen, „um die Regelungen für Solo-Selbstständige insgesamt zu verbessern“ (ebd.).

Auch die Sozialstruktur der Beschäftigten stellt die Gewerkschaften vor Herausforderungen. Laut Heiland und Schaupp (2020:55) handelt es sich bei den meisten Ridern bei Lieferando um junge Männer (Durchschnittsalter: 27 Jahre) mit Migrationshintergrund. Viele der Migrant:innen seien erst seit wenigen Monaten oder Jahren in Deutschland, ein großer Teil von ihnen als internationale Studierende. Sie planen häufig auch nicht, auf Dauer in Deutschland zu bleiben. Für andere Migrant:innen sei die Abhängigkeit von den Jobs häufig groß – einerseits materiell, andererseits hinsichtlich des ungesicherten Aufenthaltsstatus. (Ebd.) Plattformarbeit ist für die meisten keine langfristige Erwerbsperspektive. Für Plattformen der Lieferlogistik wie Lieferando spricht Heiland (2019:301) auf Basis von Umfragen in Onlineforen davon, dass die Mehrheit der Arbeiter:innen erst in den letzten sechs Monaten begonnen hat, sich über die Plattform zu verdingen. Gleichzeitig deuten die geringe durchschnittliche Arbeitszeit von 72 Stunden pro Monat und der hohe Anteil an Arbeiter:innen, die sich in Ausbildung befinden, darauf hin, dass eine Nebenerwerbsperspektive hohe Relevanz hat (ebd.). Für Gewerkschaften bedeutet dies eine ganze Reihe von Schwierigkeiten: Es gibt hohe sprachliche und kulturelle Barrieren, eine hohe Fluktuation der Beschäftigten und wenig Identifikation mit dem eigenen Arbeitsplatz. Gewerkschaften sind daher auf neue Ideen und Handlungsweisen angewiesen. (Heiland/Schaupp 2020:58) Zusätzlich unterscheiden sich wegen der beschriebenen Heterogenität die Anforderungen an die Kollektivorganisation der Beschäftigten deutlich voneinander. Beispielsweise hätten Studierende, die die Tätigkeit als Nebenbeschäftigung ausüben, ein stärkeres Interesse an direkten Leistungen wie Sicherheitsausrüstung als Beschäftigte, die in Vollzeit ihren Lebensunterhalt bei einem Plattformunternehmen ver-

dienen und ihre Familie versorgen müssen. Für diese seien langfristige Leistungen wie Urlaubsgeld, Rentenbeiträge und Lohnfortzahlung im Krankheitsfall attraktiver. Diese Heterogenität der Anforderungen sei zwar kein neues Phänomen, komme aber in Plattformunternehmen verstärkt auf. (Prassl 2018:17) Zudem seien für diejenigen, die auf der untersten Stufe des Lohngefüges um ihre Existenz kämpfen, die Kosten einer Gewerkschaftsmitgliedschaft abschreckend – insbesondere solange sie kaum greifbare Vorteile bietet, da es noch keine Tarifverträge in der ganzen Branche gibt (ebd.:18).

Die Steuerung durch Algorithmen kann von den Beschäftigten als schlechter „Ersatz für eine Unternehmensführungsstruktur angesehen werden“ (Slee 2017:100). Sie erzeuge bei den Beschäftigten ein Gefühl der Ohnmacht, da sie den „sprichwörtlichen Boss aus der Hölle [darstellt]: ein cholischer, schlecht gelaunter und unberechenbarer Manager, der Sie jederzeit – nach Lust und Laune und ohne jede Chance der Verteidigung – feuern kann“ (ebd.). Auch die oft beschriebene Tendenz der Beschäftigten zur Selbstoptimierung erklärt sich aus dieser digital erzeugten Transparenz. Sie ermöglicht es, den Beschäftigten die Verantwortung für betriebliche Abläufe zu übertragen und sie gleichzeitig effizient zu kontrollieren. Die Trias aus Ohnmacht, Individualisierung und Eigenverantwortung im Arbeitsalltag wird als Herausforderung für gewerkschaftliche Praxis betrachtet (Prassl 2018:12). Zudem lässt sich beobachten, dass das Management Entscheidungen an den Algorithmus auslagert. Dadurch würden Transparenz und Rechenschaftspflicht in Managementprozessen verringert, was die Möglichkeiten für Mitbestimmung der Beschäftigtenvertretung untergrabe. Diese kombinierte Wirkung von verstärkter Kontrolle und undurchsichtigen Entscheidungen könne in Ermangelung angemessener Institutionen und Vorschriften zu einer Aushöhlung der betrieblichen Mitbestimmung führen. (Molina et al. 2023:95)

Jasmin Schreyer (2021:73) stellt sich gegen diese Argumentation. Sie behauptet, dass das Kontrollparadigma häufig überbetont werde und das algorithmische Management der Plattformen nicht in der Lage sei, die (trans-)nationale und selbstorganisierte Vereinigung von Kurierfahrer:innen zu verhindern oder diesen zu schaden. Sie argumentiert im Gegenteil, dass das algorithmische Management sogar zur Entstehung dieser Organisation beigetragen habe. Die technische

Infrastruktur der Plattformen biete das Potenzial für kollektive Organisation aufgrund des inhärenten Machtungleichgewichts, bei dem das algorithmische Management ein starres Kontrollsystem bildet, das jedoch nur innerhalb eines standardisierten Rahmens reagieren kann. Die begrenzte, zentralisierte und unpersönliche Kommunikation erzeuge darüber hinaus Unzufriedenheit unter den Beschäftigten, weil ihre Anliegen gar nicht angegangen werden oder wenn, dann nur mit Verzögerung. Somit argumentiert Schreyer (ebd.:82), dass die inhärenten Qualitäten der Plattformarchitektur die Arbeiter:innen dazu motiviert haben, sich zusammenzuschließen.

Die Frage, wie sich das algorithmische Management auf die Organisation der Beschäftigten auswirkt, lässt sich wohl nur empirisch beantworten. Vorläufig lässt sich allerdings mit dem ehemaligen ver.di-Vorstandsmitglied Schröder (2016:110) festhalten: „Plattformarbeit macht Gewerkschaften keineswegs überflüssig, aber sie stellt neue und hohe Anforderungen an ihre Handlungsnormen.“ Die nächsten Jahre werden zeigen müssen, ob die Plattformökonomie in das bundesrepublikanische System der industriellen Beziehungen mit seinen „Grundpfeilern der Mitbestimmung und Tarifautonomie“ eingegliedert werden kann oder ob es sich nicht eher so verhält, dass „die Digitalisierung zu einer weiteren Erosion des vormals stabil-robusten deutschen Modells der Arbeitsbeziehungen“ beiträgt (Greef et al. 2020:213). Trotz der bisher beschriebenen Schwierigkeiten, Arbeiter:innen in der Plattformökonomie zu organisieren, darf man wohl vorsichtig optimistisch sein: Besonders die Arbeitskämpfe in der plattformbasierten Lieferbranche zeigen, dass es nicht unmöglich ist. Sie sind Thema des nächsten Kapitels.

