

ROSA LUXEMBURG STIFTUNG

NACHRICHT | 09.04.2019

Digitaler Wandel

«Wir brauchen die Unterstützung der digitalen Klassenkämpfe.»

Interview mit Christian Fuchs

AUTOR/INNEN

Christian Fuchs, Nina Scholz



Christian, Du hast ein dickes Buch geschrieben, das «Marx lesen im Informationszeitalter» heißt. Müssen wir Marx heute wirklich nochmal komplett neu lesen?

Solange es denn Kapitalismus noch gibt, müssen wir Marx immer und immer wieder lesen. Aber bitte nicht alleine, sondern kollektiv, nur so kann die Lektüre fruchtbar sein! «Das Kapital» liefert eine fundamentale Analyse des Kapitalismus und gibt uns wichtige Einblicke in die Funktionsweise des Kapitalismus und die Möglichkeit von Klassenkämpfen. Im 21. Jahrhundert ist das ganz besonders wichtig, weil es neue Ungleichheiten, neue Kapitalakkumulationsmodelle, neue Dynamiken, neue kapitalistische Krisen gibt und weil der digitale Kapitalismus eine der neuesten Formen des Kapitalismus ist.

Du sprichst vom digitalen Kapitalismus. Ist der irgendwie anders?

Ich gehe davon aus, dass es viele Kapitalismen gibt, einer ist eben der digitale Kapitalismus. Durch Digitalisierung entstehen nicht nur digitales Kapital und digitale Waren, sondern es entstehen auch digitale Allgemeingüter, die in

einer bestimmten Weise das Kapital unterlaufen können und mit diesem in einem Widerspruch stehen. Ein bestimmendes Kennzeichen des digitalen Kapitalismus ist der Widerspruch zwischen digitalem Kapital und digitalen Gemeingütern. Die Frage für uns ist dann: wie kann es gelingen durch Klassenkämpfe einen digitalen Kommunismus zu schaffen?

Durch das Internet und die Digitalisierung entstehen neue Arbeitsweisen. Stichwort: Plattformarbeit. Seit ein paar Jahren organisieren sich die Fahrer*innen von Deliveroo, Foodora, Lieferando. Einige haben sogar schon Betriebsräte gegründet oder die Rücknahme von Lohnerhöhungen erkämpft. Wie bewertest Du das? Sind das relevante Klassenkämpfe im digitalen Kapitalismus?

Die Auslieferung von Essen hat auch schon vor der Erfindung digitaler Plattformen existiert, nimmt jetzt aber neue Formen an, weil die Fahrer*innen, die Gaststätten und zum Beispiel Deliveroo als kapitalistisches Plattformunternehmen in den ganzen Prozess involviert sind. Der komplette Auslieferungsprozess wird also jetzt über eine Plattform organisiert. Die Streiks, die Organisirungen in diesem Bereich sind Beispiele für digitale Klassenkämpfe. Wenn ein Betriebsrat gegründet wird, ist das ein erster Schritt zur Kollektivierung, ein erster Schritt hin dazu, dass man konkrete Forderungen an das Kapital stellt. Und wenn diese dann nicht erfüllt werden, muss man zum Beispiel streiken, um diese durchzusetzen. Vorher waren die Menschen vereinzelt, jetzt sind sie organisiert. Das ist ein fundamentaler Unterschied. Davor wurde behauptet, die Fahrer*innen seien digitale Unternehmer, durch die politische und gewerkschaftliche Organisation wird aber öffentlich darauf aufmerksam gemacht, dass sie digitale Arbeiter*innen sind.

Warum passiert das gerade bei Deliveroo & Co? Warum nicht woanders?

Plattformen wie Deliveroo haben aus einer gewerkschaftlichen und klassenkämpferischen Perspektive einen Vorteil gegenüber Freelancer-Plattformen wie Upwork: bei Letzteren konkurrieren die Menschen global miteinander. Da entsteht ein globaler, digitaler Arbeitsmarkt, bei dem die Leute zudem noch von Zuhause arbeiten, also wirklich völlig individualisiert sind. Die Organisation fällt dort wirklich schwer. Taxifahren, Essen ausliefern – das ist hingegen etwas Lokales. Ich bestelle mein Essen nicht aus New York, ich bestelle es in dem Stadtteil, in dem ich bin. Beim Taxi- oder Uber-Fahren läuft das ähnlich auf einer lokalen Ebene. Das ist ein Vorteil für die Organisation digitaler Arbeiter*innen. Es ist sehr wahrscheinlich, dass sich die Fahrer*innen kennenlernen, dass sie sich verabreden. Die Deliveroo-Fahrer*innen organisieren zum Beispiel Pub-Abende, bei denen sie sich austauschen und kennenlernen. Und sie haben noch einen Vorteil: sie haben den direkten Kontakt mit dem Käufer. Wenn sie also einen Streik organisieren, können sie die Kunden von Deliveroo sehr einfach informieren, warum sie das machen. Und sie können sie einbinden mit Instruktionen wie man sie unterstützen kann. Zum Beispiel kämpfen sehr viele dieser Kurier für einen Tarifvertrag. Da könnte man zum Beispiel versuchen die Kunden zu mobilisieren.

Was sind in diesem Fall die Produktionsmittel, die es zu enteignen und zu vergesellschaften gilt?

Die App ist das Produktionsmittel. Und die gehört natürlich den Kapitalisten. Die App ist der programmierte Code, über den die Verkäufe organisiert werden. Sie ist aber mehr: sie ist auch der Kommunikationskanal und beinhaltet auch alle Kontakte der Fahrer*innen und der Kunden. Gerade die sind wichtig um Gegenmacht aufzubauen. Das Kapital hat die Macht, solche Kommunikationskanäle zu sperren, sobald der erste Betriebsrat geründet wird. Das macht es dann natürlich viel schwieriger, dass sich die digitalen Arbeiter*innen organisieren. Wenn es einen Betriebsrat gibt, dann hat der Betriebsrat nur das Recht die Daten von Fahrern zu bekommen, die angestellt sind. Eine typische Reaktion des digitalen Kapitals auf die Einführung eines Betriebsrates ist, dass sofort alle Arbeitsverträge in Freelancer-Verträge umgewandelt werden und argumentiert wird, dass die Fahrer*innen keine Arbeiter*innen sondern Unternehmer sind. Und hinsichtlich dem Zugang zu den Telefonnummern ist der Betriebsrat dann ohne gesetzliche Ermächtigung relativ machtlos. Würde es allerdings gelingen, einen rechtlichen Anspruch durchzusetzen, dass der Betriebsrat Zugang zu Kontakten von allen Fahrern in Deutschland bekommen muss, dann würde die App oder eine alternative Kommunikations-App zu einem irrsinnig mächtigen Kommunikationsmittel der gewerkschaftlichen Organisation und des Klassenkampfes werden.

Christian Fuchs ist Professor am und Direktor des Communication and Media Research Institute der Universität Westminster, Direktor des Westminster Institute for Advanced Studies und Redakteur der Zeitschrift **TripleC**. Er forscht zu den Themen digitale und Soziale Medien, Internet und Gesellschaft, politische Ökonomie von Medien und Kommunikation, Theorien der Informationsgesellschaft, Sozialtheorie und kritische Theorie.

Er ist Autor einer Vielzahl von Publikationen, darunter «Soziale Medien und Kritische Theorie: Eine Einführung» (utb, 2018), «Digitale Demagogie: Autoritärer Kapitalismus in Zeiten von Trump und Twitter» (VSA:Verlag, 2018) und «Marx lesen im Informationszeitalter» (Unrast, 2017).

Das Interview führte **Nina Scholz**.

Wie wichtig ist für Klassenkämpfe im digitalen Kapitalismus, dass vermeintliche Freelancer als Arbeiter*innen anerkannt werden? Viele Kämpfe drehen sich genau darum.

In Großbritannien hat es eine rechtliche Auseinandersetzung zwischen Uber und Gewerkschaften gegeben. Uber-Fahrer*innen haben gegen Uber geklagt, weil Uber sie als Freelancer beziehungsweise Unternehmer betrachtet. Die Fahrer*innen haben gewonnen. Das heißt rechtlich, dass sie Anspruch auf Sozialversicherung, auf Urlaub, auf entlohnte Überstunden usw. haben. Das bedeutet auch, dass sie argumentieren könnten, dass die App ein Produktionsmittel ist, von dem die digitalen Arbeiter*innen abhängig sind und dass sich in der Kontrolle des Unternehmens befindet, sie also damit auch Kontrolle über die Arbeiter*innen und ihre Arbeitskraft ausüben. Arbeiter*innen-Selbstkontrolle bedeutet, dass die Arbeiter*innen Kontrolle

über die App und ihren Sourcecode erlangen. Vereinigen sich die digitalen Kurierarbeiter*innen zum Beispiel gewerkschaftlich mit Software-Ingenieuren, so könnte eine alternative App geschaffen werden. Ein Streik digitaler Arbeiter*innen bei Uber, Deliveroo, usw. würde dann darin bestehen, dass man z.B. eine Woche lang mit der Gewerkschafts-App fährt und nicht mit der kapitalistischen App und die kapitalistischen Unternehmen in diesem Zeitraum zu schädigen, um Forderungen nach Mindestlohn usw. durchzusetzen.

Aktuell kämpfen viele dieser Freelancer bei Plattform-Unternehmen ganz altmodisch um Tarifverträge.

Kurierfahrten sind eine Neuauflage des Stücklohns. Die Fahrer*innen werden nicht pro Stunde, also mit einem Stundenlohn, sondern pro Auslieferung entlohnt. Auch ihre Arbeitsmaterialien müssen sie selber stellen. Bei einigen der digitalen Unternehmen gab es auch ganz konkrete Auslöser für Kämpfe. Die Fahrer*innen haben gesagt: im Winter ist es kalt, das Unternehmen sollte also die entsprechende Ausrüstung wie dicke Jacken bereitstellen. Die stellen aber nur ein T-Shirt mit ihrem Firmenlogo zu Verfügung. Sowas wie Versicherung, Fahrrad- bzw. Fahrzeugreparatur, überhaupt den Kauf des Fahrrads bzw. Fahrzeuges, das wird also alles abgezogen vom Stücklohn, den sie erhalten. Eigentlich ist der Stundenlohn also noch viel geringer als er sowieso schon ist. Gleichwohl gibt es ausgerechnet in den USA Beispiele, wo Kämpfe für einen höheren Mindestlohn in diesem Sektor Erfolge erzielen konnten...

... die Bewegung heißt «Fight for 15», weil die Forderung 15 Dollar Mindestlohn ist...

In Kalifornien hat man einen 15-Dollar-hohen-Mindestlohn für Arbeitende in der Fast Food-Industriedurchsetzen können. Die Forderung nach einem Mindestlohn von 15 Euro pro Stunde – vor allem auch für Plattform-Arbeiter*innen – halte ich für ein wichtiges politisches Projekt. Das sollte die Linkspartei eigentlich vertreten. Und da sollten die Material- und Versicherungskosten exkludiert sein. Und macht jemand weniger als 15 Euro pro Stunde, dann müsste der Lohn trotzdem auf 15 Euro aufgestockt werden.

Apropos Linkspartei: Müsste es nicht ein linkes Kernprojekt sein, eine Antwort auf die Frage zu finden, wem die Daten und die Plattformen gehören sollen beziehungsweise in welcher Weise wir sie vergesellschaften müssen? Und das politisch durchzusetzen?

Wir brauchen die Unterstützung der digitalen Klassenkämpfe. Das ist sozialdemokratische Politik, die Kommunisten und Sozialisten auch machen müssen. Dann braucht man aber auch eine größere Vision: die kollektive demokratische Kontrolle der Gesellschaft in Wirtschaft und Politik, eine Gesellschaft der Gemeingüter. Konkret stellt sich eben die Frage wie die Plattform-Unternehmen von Deliveroo und Uber bis zu Google, Facebook und Amazon kollektiv kontrolliert werden sollen. Das ist übrigens nicht nur eine wichtige Fragestellung als Fernziel, sondern bereits ein Nahziel. Wir müssen uns dringend fragen: wo können wir bereits jetzt die Ausbeutung der Arbeitskraft abschaffen?

Zum Beispiel der Aufbau von alternativen Modellen.

Da gibt es mehrere Vorstellungen: es gibt zum Beispiel schon einige selbstverwaltete digitale Betriebe, digitale Genossenschaften, auch Plattform-Kooperativen genannt. Dort betreiben die digitalen Arbeiter*innen gemeinsam eine Plattform und sie besitzen die Plattform auch kollektiv.

Kollektive Alternativen zu den bestehenden Plattformen und effektivere Streikmethoden als es sie bisher gibt sind gute erste Schritte, greifen aber die großen Monopolisten noch nicht wirklich an. Wie könnte das geschehen?

Das stimmt, das sind zivilgesellschaftliche Initiativen. Wir haben in Europa starke öffentlich-rechtliche Medien. Das ist ein einmaliges Potential. In den USA gibt es das zum Beispiel nicht. In der EU wurden in den letzten Jahrzehnten einfach das amerikanische neoliberale Modell des Internets, also die kalifornische Ideologie, übernommen. Es wurde versucht den Plattform-Kapitalismus plump zu kopieren. Es gibt kein europäisches Facebook, kein europäisches Google, kann es sehr wahrscheinlich auch beides nicht geben. Was es aber gibt, sind sehr starke öffentlich-rechtliche Medien mit einer mittlerweile langen Tradition. Ich plädiere also dafür, die Rechtslage so zu ändern, dass öffentlich-rechtliche Medien auch digitale Plattformen gemeinsam anbieten können. Es ist aber wichtig, dass wir auch über öffentlich-rechtliche Internetplattformen als nichtkapitalistische Alternativen nachdenken.

Wie würde eine Plattform aussehen, die keine bloße Kopie eines neoliberalen, kalifornischen Unternehmens ist?

Das könnte zum Beispiel eine europaweite öffentlich-rechtliche Konkurrenz zu Youtube sein. Öffentlich-Rechtliche Fernseh- und Radiosender haben massive Programmarchive. Es ist sinnvoll, dass die europäischen öffentlich-rechtlichen Medien, also zum Beispiel ARD in Deutschland, ORF in Österreich und BBC in Großbritannien, kooperieren und ihr gesamtes, wirklich beeindruckendes Programmarchiv mit einer Creative-Commons CC-BY-NC Lizenz auf einer gemeinsamen nichtkommerziellen Plattform veröffentlichen, so könnten sich die Nutzer die Inhalte nicht nur ansehen, sondern auch verändern, remixen usw. Gleichzeitig sollten die Nutzer selber Audios oder Videos auf die Plattform laden können. Das wäre doch wirklich eine klare Alternative zu Youtube oder anderen Streaming-Portalen. So stelle ich mir eine zeitgemäße Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrags vor. Das sollte dann nicht über Werbung, sondern über Lizenzgebühren finanziert werden. Öffentlich-rechtliche Medien und daher auch ein öffentlich-rechtliches Internet sollten nicht direkt abhängig sein von der kapitalistischen Wirtschaft, sondern sollten nicht profitorientiert agieren müssen.

In «Digitale Demagogie: Autoritärer Kapitalismus in Zeiten von Trump und Twitter» schreibst Du, dass auch die Architektur der Plattformen wie Facebook und Youtube zum Auftrieb der Rechten, zur Verbreitung von Falschmeldungen beigetragen haben.

Die Logik des Kapitalismus ist auch in die Plattformen eingebettet. Wie Twitter gestaltet ist, passt gut zum autoritären Kapitalismus. Kein Wunder, dass Donald Trump Twitter ständig nützt. Donald Trump schreibt kurze, sloganhafte Nachrichten. Bei Twitter geht es um kurze Nachrichten. Der Populismus ist in Twitter als Design eingearbeitet. Dazu gehört auch, dass soziale Medien eine irrsinnig hohe Geschwindigkeit haben und eigentlich fast

nur oberflächliche Informationen darbieten und eine sinnvolle Debatte zwischen Nutzern nicht wirklich unterstützen.

Auch das Öffentlich-Rechtliche steht in der Kritik, Rechten eine Plattform zu bieten, zum Beispiel in den Talkshows wie «Hart aber Fair», «Maybritt Illner» und «Anne Will». Wie willst Du verhindern, dass alternative Plattformen nicht genauso funktionieren?

Wir müssen die Gestaltungsprinzipien dieser Medien verändern. Oberste Priorität sollte die Entschleunigung der Kommunikation sein. Natürlich ist es unmöglich, dass wir auf Twitter sinnvolle Diskussionen haben, weil es sehr kurze Nachrichten sind, die dort verbreitet werden. Hashtags, die gerade viel benutzt werden, erhöhen die Geschwindigkeit zudem nochmal. Es gibt fast keine wirkliche Diskussion auf Twitter. Wir brauchen kollektivere Arbeitsweisen und eine deutliche Entschleunigung von Sozialen Medien. Das Problem des aktuellen Öffentlich-Rechtlichen-Rundfunks ist, dass er getrieben ist von der Oberflächlichkeit der Kommerzialisierung, der Boulevardisierung und der Beschleunigung, die die privatwirtschaftlichen Plattformen vorgeben und dass er sich außer Stande sieht, dem eine eigene Alternative entgegenzusetzen. Sie jagen jungen Menschen hinterher. Stattdessen sollten sich die öffentlich-rechtlichen Medien zusammenschließen und eigene, digitale Unterfirmen gründen, die sich nur mit der Entwicklung von eigenen Plattformen und neuen Formaten beschäftigen.

Einer Deiner Vorschläge ist das mit der Besteuerung der digitalen Plattformen zu finanzieren. Besteuerung, genau wie Vergesellschaftung, müsste im nationalen Rahmen passieren, diese Unternehmen agieren aber nicht nur transnational, sie sind hier oft nicht mal physisch beheimatet und produzieren auch nichts, was man besteuern könnte.

Es ist einer der Widersprüche des digitalen Kapitalismus, dass das Internet ein globales Medium ist, dass also genau wie die kapitalistische Ökonomie international agiert, und dass die digitalen Plattformen, aber auch alle anderen transnationalen Unternehmen Steuern vermeiden, indem sie ihren Profit und ihre Umsätze so lange global verschieben, bis sie in irgendwelchen Steueroasen enden. Digitale Konzerne können sehr wohl besteuert werden, wenn es den politischen Willen dazu gibt. Im Idealfall würden wir also global bei der Lösung dieses Problems ansetzen. Also sollten wir das vielleicht eher auf der europäischen Ebene angehen. Die Frage ist: was wollen wir denn eigentlich besteuern? Google und Facebook sind zum Beispiel Werbeunternehmen. Es gibt eine Verlagerung von Werbeprofitem weg von Print hin zu Digital und Online. Google und Facebook konzentrieren zwei Drittel des globalen Online-Werbung-Umsatzes auf sich. Würde man eine Onlinewerbesteuer einführen, könnte man auch diese beiden Unternehmen besteuern und mit dieser Steuer – sagen wir mal das sind 10% oder 20% der durch Werbung erzielten Profite – dann ist das am Ende sehr viel Geld, das für anderes ausgegeben werden könnte. Das könnte man nutzen, um neue öffentlich-rechtliche Plattformen aufzubauen, Plattform-Genossenschaften zu unterstützen und für vieles mehr.

Bisher argumentieren Google und Facebook aber, dass der Wert von den Plattformen selber geschaffen wird und dass diese zum Beispiel auf den Cayman Islands, einer bekannten Steueroase, beheimatet sind.

Sie argumentieren vor allem mit dem Urheberrecht. Sie sagen, der Algorithmus ist in anderen Ländern beheimatet und «arbeitet» auch dort, die Wertschöpfung würde also gar nicht in Europa stattfinden. In dem Augenblick, wenn ich auf so eine Werbung klicke, auf meinem Smartphone, meinem Tablet, meinem Computer, dann befinde ich mich ja physisch irgendwo, im Büro, zu Hause, in der Stadt, auf dem Land, auf jeden Fall in irgendeinem Nationalstaat – Flüge wären hier vielleicht eine noch rechtlich zu definierende Ausnahme. Ich habe also eine IP-Adresse, über die ich auf die Plattform zugreifen. Und die IP-Adresse des Zugriffs speichern diese Unternehmen sowieso schon, und über die bin ich lokalisierbar. Macht man also ein Gesetz auf europäischer Unionsebene, dass Google und Facebook die Daten zur Verfügung stellen müssen, wieviel Klicks pro Jahr finden in welchem Land statt, dann kann man auch prozentual den Umsatz, den diese Unternehmen global machen auf einzelne Nationalstaaten umrechnen. Im nationalstaatlichen Rahmen braucht man dann die gesetzlichen Grundlagen dazu, Google, Facebook und all die anderen Digitalkonzerne zu besteuern. Dafür braucht es vor allem politischen Willen und viele Länder, die sich zusammenschließen. Das wäre in Europa möglich, mit großen, für diese Unternehmen wichtige Länder wie Deutschland und Frankreich. Und wenn es auf der Europaebene wegen Widerstand von Regierungen mit der Besteuerung scheitert, dann müssen einzelne Staaten mit einer Digitalsteuer beginnen und Druck ausüben, dass andere und die EU nachfolgen. Es ist ein Mythos, dass das Internet ortslos ist, dass Google und Facebook ortslos sind. Da müssen wir ansetzen.