

Veränderung der Erwerbsarbeit durch *die* »Sharing Economy«?

„Die“ »Sharing Economy« als Teil der digitalen Plattformökonomie

Jasmin Schreyer

Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Die komplexe Dynamik lokaler Arbeitsbeziehungen. Globale Entwicklungen und deren lokale Folgen«

1. Potentiale und Risiken „der“ Sharing Economy

Durch das Internet bzw. das Web 2.0 ist das Vernetzen, die Kollaboration und das Teilen unter Gleichgesinnten in virtuellen Räumen für eine Vielzahl von Menschen so einfach wie noch nie zuvor. Die Effektivierung der Kommunikation durch die Verbreitung des Internets evoziert eine Revitalisierung des Allmendeprinzips¹. Dadurch würde eine ‚dritte industrielle Revolution‘ (vgl. Rifkin 2014, S.17) ausgelöst, da die sogenannte digital vermittelte Sharing Economy mit dem Potential einhergehe, die konventionelle Ökonomie abzulösen. Das Aufkommen der digital vermittelten Sharing Economy fällt dabei mit der Finanz- und Wirtschaftskrise 2007/08 – und dem damit verbundenen Einkommensrückgang in weiten Teilen der (US-)Bevölkerung – zusammen (vgl. Peitz, Schwalbe 2016, S.240).

Ab 2011 wird das Konzept Sharing Economy verstärkt in der medialen Öffentlichkeit präsent und im Zusammenhang mit dem Begriff ‚kollaborativer Konsum‘ diskutiert (vgl. Martin 2016, S.151). Die Hoffnungen und Erwartungen, die mit dem Phänomen Sharing Economy assoziiert werden, können auf die Formel: »*You are what you share*« gebracht werden. Sie versprechen einen Einstellungswandel, der eine völlig neue Wirtschaftsform hervorbringe, die mit Egalität, Partizipation, Nachhaltigkeit und Gemeinwohlorientierung in Verbindung gebracht wird (vgl. Botsmann, Rogers 2010; 2011; Belk 2013; Rifkin 2014; Light, Miskelly 2015; Sundararajan 2016). Die Ablösung des Privatbesitzes, Kooperation statt Wettbewerb und dadurch die bessere Auslastung von Ressourcen sowie die Reduktion der Ressourcenverschwendung würde durch das Teilen unter Gleichen und deren intrinsischer Motivation zur

¹ Der Begriff Allmende umfasst sowohl natürliche als auch künstliche Kollektivgüter. Das Allmendeprinzip bezeichnet die Idee der gemeinschaftlichen Nutzung von Ressourcen sowie deren nachhaltige Sicherung durch eine lokale bzw. globale selbstorganisierte Gemeinschaft (vgl. Ostrom 2012, S.11f.).

Partizipation zu einer Stärkung der sozialen Beziehungen und der Solidarität untereinander führen und das Gemeinwohl in den Mittelpunkt rücken.

Im Zeitverlauf – ab 2014/2015 – mehren sich kritische Stimmen und es bildet sich ein komplementäres Narrativ zu den positiv besetzten Attribuierungen heraus, dass auf die Devise: »*You are what you own and can share*« zugespitzt werden kann. Sie verdeutlicht, dass es weder zu einem Einstellungswandel gekommen ist, da Eigentum weiterhin die wichtigste Ressource darstellt, um überhaupt etwas teilen bzw. tauschen zu können, noch hat sich die Art des Wirtschaftens grundlegend gewandelt. Auch der Aspekt der Nachhaltigkeit kann nicht mehr eindeutig der sogenannten Sharing Economy zugeordnet werden, da eine Zunahme des Konsums aufgrund des Rebound-Effekts² konstatiert werden kann. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass diverse kommerzielle Sharing-Angebote die kapitalistische Verwertungslogik – durch die sukzessive Kommodifizierung aller Lebensbereiche – weiter zuspitzt (vgl. Wewer 2016; Bala, Schuldzinski 2016; Strube 2016; Hill 2016). Denn Branchengrößen wie Airbnb (Vermittlung und Buchung von Privatunterkünften) und Uber (Vermittlung von Personenbeförderung) verdienen Geld damit, Ressourcen von Privatpersonen zu vermitteln, die bisher nicht marktgängig waren. Die Unternehmen agieren dabei in etablierten Branchen, unterlaufen bestehende Regulierungen und schaffen Arbeitsmärkte, die ohne klassische arbeits- und sozialrechtliche Schutzrechte für Anbietende funktionieren.

Die skizzierten Diskurslinien zeigen, dass die sogenannte digital vermittelte Sharing Economy eine Pluralität der Bedeutungszuschreibungen aufweist und ein sehr ambivalentes Phänomen beschreibt. Bereits die Ambiguität des Begriffes ‚Sharing Economy‘ beinhaltet einen Widerspruch: das (altruistische) Teilen verbunden mit dem Konzept des (nutzenorientierten) Wirtschaftens. Die Absenz einer einheitlich akzeptierten Definition des Phänomens Sharing Economy erschwert die weitere Verortung dieser (vgl. Schor 2014; 2015; Stampfl 2016; Celeta et al. 2017; Acquier et al. 2017).

Festgehalten werden kann, dass das heterogene Feld unterschiedliche Konzepte und verschiedenen ausgerichtete Organisationen umfasst, die als digitale Plattformen – algorithmisch gestützt – die Koordinationsleistungen von (unausgelasteten) Ressourcen zwischen Anbietenden und Nachfragenden übernehmen. Hinter vielen plattformbetreibenden Organisationen stehen gewinnorientierte Wirtschaftsunternehmen, die auf Kosten häufig nicht professioneller Nutzender, die die Leistung erbringen, Profit erzielen und damit die traditionellen Beziehungen zwischen Arbeitgeber*in und Arbeitskraft anbietenden unterwandern (vgl. Hill 2016; Schreyer, Schrape 2018). Zumeist dient die Sharing-Rhetorik aufgrund der positiv besetzten Assoziationen als Legitimations- bzw. Profit-Verschleierungsstrategie (Frenken, Schor 2017; Kirchner, Schüßler 2018). In vielen Fällen wird noch nicht einmal etwas geteilt, weswegen im Folgenden anstatt von Sharing Economy nur noch von Platform Economy die Rede sein wird.

2. Sharing Economy alias Platform Economy

Die Plattformökonomie hat einen heterogenen digitalen Arbeitsmarkt hervorgebracht (vgl. Codagnone 2016; Biegón et al. 2017). Die Gig- und On-Demand Economy als Teil der Plattformökonomie, die im Folgenden adressiert wird, findet nicht virtuell, sondern lokal vermittelt statt.

² Die bessere Auslastung von Ressourcen wird durch die vermehrte Nutzung eines Angebots (beispielsweise durch häufigere Reisen aufgrund des günstig verfügbaren leerstehenden Wohnraums) konterkariert (vgl. Eichhorst, Spermann 2015a; Dittmann, Kuchinke 2015).

Digitale Plattformorganisationen können analytisch durch drei Prinzipien charakterisiert werden:

1. **Prinzip der Vereinfachung:** wesentlicher Erfolgsfaktor; konstitutiv für die gesamte Struktur der Plattform und ihre Funktionsweise sowie für die Nutzenden.
2. **Prinzip der Partizipation:** Alle Plattformen benötigen die Partizipation der User*innen, da ansonsten keine Ressourcen vermittelt werden können, weswegen kaum Einstiegsbarrieren die Nutzung einschränken.
3. **Prinzip Kontrolle durch Technik:** Algorithmen strukturieren, registrieren und verwerten jede Suche und Information, jede Kommunikation und Interaktion und ermöglichen der Plattform Kontrolle durch Technik.

Aus der Perspektive der plattformbetreibenden Unternehmen gilt: Im Zentrum steht die Transaktion (vgl. Mair, Reisschauer 2017). Als Intermediär übernimmt das plattformbetreibende Unternehmen bzw. ihre soziotechnische Infrastruktur die Koordinationsleistung, das ‚Matching‘ von Anbietenden und Nachfragenden in den mindestens zweiseitigen Marktstrukturen (vgl. Dittmann, Kuchinke 2017). Sie reduzieren dadurch die Transaktionskosten des Austausches, generieren Informationssymmetrie durch (vermeintliche) Transparenz und stiften Vertrauen und soziale Beziehungen (vgl. Schor 2014; Eichhorst, Spermann 2015b). Das Problem fehlenden Vertrauens wird mittels Bewertungs- und Reputationsmechanismen (*vordergründig*) gelöst (vgl. Haucap 2015). Das algorithmische Regime der Plattform agiert als zentralisierte Kontrollinstanz (vgl. Slee 2016; Newlands et al. 2017; Kirchner 2018), welches den Überblick über alle Transaktions- und Nutzer*innendaten hat (*Kontrolle durch Technik*). Daraus erwachsen klare Machtasymmetrien; alle Nutzenden sind Kund*innen der Plattform, die sich ihre Leistungen sowohl von den Anbietenden als auch von den Nachfragenden zweifach bezahlen lässt: in Form von Geld und mit ihren Daten. Die asymmetrische Transparenz zugunsten der Plattform durch den Überblick aller Transaktionsdaten steht der postulierten Informationssymmetrie konträr entgegen. Die Finanzierung und das Wachstum ist von grundlegender Bedeutung für die Plattformunternehmen, weswegen eine schnelle Marktdurchdringung unerlässlich ist, um nicht Gefahr zu laufen, durch die Konkurrenz erfolgreicher kopiert und verdrängt zu werden (vgl. Spermann 2017). Die Quantität der Vermittlungen bedingt das Wachstum, weswegen der Erfolg eines Plattformunternehmens auch davon abhängig ist, wie viele Menschen auf der Plattform aktiv partizipieren. Somit liegt es im Interesse der Plattform, Nutzende möglichst lange zu binden. Dazu greifen die Plattformorganisationen auf das gesammelte digitale Wissen über das Verhalten der Nutzer*innen zurück, um mittels Datenauswertung die Attraktivität der Angebote zu erhöhen, die Quantität der Transaktionen zu steigern und die Nutzung exklusiver technischer Systeme zu perfektionieren (vgl. Arno, Arno 2015; Srnicek 2017). Eine Folge der angestrebten geschlossenen Systeme zeigt sich in der Monopolbildung, die mit großer Kapitalmacht und einem stetig wachsenden Datenvorrat einhergeht (vgl. Dolata 2017; 2018).

Potentielle Anbietende werden seitens der Plattformen mit der Aussicht auf flexibles, selbstbestimmtes und eigenverantwortliches Arbeiten angeworben, dass ein ‚Zusatzeinkommen‘ garantiert und – in der Regel – keine besonderen Qualifikationen voraussetzt (*Partizipationsprinzip*). Der Zugang erfolgt über die Voraussetzung der allgemeinen Geschäftsfähigkeit, der Erstellung eines Accounts und das Einbringen der benötigten Arbeitsmittel (vgl. Srnicek 2017; Breidbach, Brodie 2017). Der Arbeitsablauf ist in modulare Einheiten gegliedert, die kaum Vorwissen erfordern, da sie Schritt für Schritt freigegeben und abgearbeitet werden (*Vereinfachungsprinzip*). Der gesamte Arbeitsablauf kann und wird in Echtzeit erfasst, wodurch die Anbietenden hinsichtlich der algorithmischen Datenaggregation und der Bewertungsmechanismen ‚gläsern‘ sind (*Kontrollprinzip*). Theoretisch ist somit jede Tätigkeit bereits Referenz für die nächste Transaktion und nicht nur die Ausführung, sondern auch die erhobenen Kosten beeinflussen die Konkurrenzspirale. Das klassische Arbeitszeugnis wird durch die Bewertungs-

portale und der Abbildung der individuellen Partizipationshistorie – die darüber hinaus der Plattform-Öffentlichkeit Einsicht in die Arbeitsleistung der einzelnen Anbietenden gewährt – obsolet und kann die Lohnspirale nach unten weiter forcieren.

Ein weiteres Charakteristikum der Plattformorganisationen besteht in der findigen Nutzung von Regulierungslücken der jeweiligen Branche, wodurch eine Sonderstellung, im Vergleich zu den traditionellen Unternehmen der Branche entsteht und die Devise ‚fairer Wettbewerb‘ unterlaufen wird. Daraus erwächst auch die Möglichkeit rechtliche Normen wie Schutz- und Mitbestimmungsrechte für die Anbietenden zu ignorieren. Zumeist geht dies mit der Ablehnung der ‚traditionellen‘ Arbeitgeber*innenverantwortung seitens der Plattformen einher, indem sie sich auf ihre ‚reine‘ Vermittlungsrolle zurückziehen und so die unternehmerischen Risiken auf die Anbietenden – häufig Soloselbstständige – auslagern (vgl. Stampfl 2016; Schmidt 2017; Hill 2018). Insgesamt sind die Anbietenden nicht nur mit der Verlagerung der unternehmerischen Risiken sowie den fehlenden formalisierten Mitbestimmungsrechten konfrontiert, sondern auch mit immer komplexer werdenden, juristisch wasserdicht formulierten, Nutzungsbedingungen.

3. Fallporträt: foodora GmbH

Die folgenden Ergebnisse basieren auf einer rekonstruierenden Fallstudie (vgl. Mayntz 2002; 2009), die mittels theoretischem Literaturstudium und qualitativer Dokumentenanalyse (mediale Berichterstattung über foodora, Selbstbeschreibung von foodora auf deren Webpräsenz, Geschäftsberichte von Delivery Hero unter anderem) sowie problemzentrierten Experteninterviews (vgl. Lamnek 2010, S.332) mit insgesamt vier Personen in unterschiedlichen Hierarchiestufen, angefertigt worden ist. Die Dokumentenanalyse und die Interviews sind in einem Fallporträt aufgearbeitet, dass sowohl aus den narrativen Interviewprotokollen als auch auf allen verfügbaren empirischen Dokumenten (insgesamt 71 Dokumenten) basieren³.

foodora ist 2014 in München als Fahrrad-Lieferservice für Restaurants im Premiumsektor, die über keinen eigenen Lieferservice verfügen, gegründet worden. Bereits 2015 hat das Start-up zweimal die Eigentümer*in gewechselt und ist seit Herbst 2015 bis Ende 2018 Tochterunternehmen von Delivery Hero⁴. Laut eigenen Angaben ist foodora 2018 in 22 Ländern und über 260 Städten präsent, aber bisher nicht profitabel. In Deutschland ist das Unternehmen in 34 Städten vertreten und beschäftigt laut Medienberichten zwischen 2000–4000 Fahrer*innen und ca. 900 Mitarbeitende an den verschiedenen Standorten (vgl. Hüsing 2016)⁵.

Im Folgenden soll anhand der Funktionsweise von foodora die Arbeitsbedingungen der Fahrer*innen, also der Menschen, die unter der App bzw. dem Koordinations- und Vermittlungsalgorithmus arbeiten, beleuchtet werden. Die Grundvoraussetzung um für foodora arbeiten zu können, ist der Besitz eines eigenen Fahrrads sowie eines neueren Smartphones und mobiles Internet.

³ Das hier vorgestellte Fallporträt foodora ist Teil einer Fallstudie über die sogenannte digital vermittelte Sharing Economy am Beispiel des Foodsektors, welche von der Hans-Böckler-Stiftung, im Rahmen des Forschungsverbundes Digitalisierung, Mitbestimmung und Gute Arbeit, gefördert wird.

⁴ Delivery Hero zählt zu den größten europäischen Technologieunternehmen und gilt weltweit als führender Anbieter von Online-Essensbestelldiensten.

⁵ Die Differenzierung zwischen Fahrer*innen und Standortmitarbeitenden ist aus den Medien übernommen und sorgt für Irritation bei den befragten Fahrer*innen.

“Die Algorithmen hinter den Plattformen sorgen dafür, stetig die Bestell- und Lieferqualität zu verbessern. So versorgen wir die Gastronomen mit Technologie für Bestellaufnahme, Auslieferung oder Tracking. Gleichzeitig helfen wir auch den Kunden bei der Auswahl des richtigen Restaurants auf Grundlage ihrer Essenpräferenzen und zu erwartenden Lieferzeiten. [...]. Dafür ist unsere Technik so wichtig. Eine eigene Flotte lohnt sich für uns nur, wenn die Fahrer kurze Wege und wenig Wartezeiten haben. Wir müssen die Nachfrage vorhersehen und schnell reagieren können” (Delivery Hero, CEO Östberg, zitiert nach Schröder 2016).

Die technischen Infrastrukturen hinter der Plattform sind entscheidend für den Erfolg des Unternehmens und werden stetig weiterentwickelt. Als Vermittlungsplattform für Restaurants, konsumierende Kund*innen und Fahrer*innen operiert foodora auf einen mehrseitigen Arbeitsmarkt. Die Plattform foodora als Infrastruktur und Intermediär koordiniert den gesamten Auslieferungsprozess mittels des Prinzips Vereinfachung. Die Restaurants präsentieren ihr Angebot auf der Plattform, die Kund*innen fragen das gewünschte Essen direkt über foodora an. Nach dem erfolgreichen Matching erfolgt der Auftrag an die Fahrer*in, die Bestellung bei dem jeweiligen Restaurant abzuholen (1. Schritt), die Abholung muss dann in der App bestätigt (2. Schritt), wodurch die Adresse der Kund*in freigegeben wird. Die Auslieferung an die Kund*in wird ebenfalls in der App bestätigt (3. Schritt), und die Fahrer*in bekommt entweder einen neuen Auftrag oder fährt zu einem festgelegten Startpunkt, um dort auf neue Aufträge zu warten.

foodora wirbt neue Fahrer*innen mit dem Versprechen auf flexible Arbeitszeiten und leistungsbezogener Vergütung. Das Unternehmen zahlt pro Stunde neun Euro netto. Eine Möglichkeit mehr zu verdienen, ist durch den Aufstieg zur*m Rider Captain bzw. Senior Rider Captain gegeben. Die andere Option ist ein Bonus, der durch 20 Stunden Wochenendarbeit im Monat sowie einem Durchschnitt von 2,2 Bestellungen pro Stunde erreicht werden kann. Diese Anreizpolitik ist umstritten, da so erstens eine Motivation geschaffen wird, riskanter und schneller zu fahren. Zweitens werden Kolleg*innen zu Konkurrent*innen und der Leistungsdruck verschärft sich (vgl. Koos 2017). Und drittens ist dieser Zuverdienst nur für die Fahrer*innen erreichbar, die zu den besten 15 Prozent am Standort zählen. Daher ist das Tracking wesentlicher Bestandteil des gesamten Arbeitsablaufs. Alle Leistungsdaten werden ständig aufgezeichnet, ausgewertet und in graphischer Form an die Fahrer*innen zurückgemeldet. Außerdem werden alle Daten permanent untereinander verglichen, etwa in den sozialen Netzwerken durch die Fahrer*innen selbst oder auf der Ebene der Rider Captains, die automatisch an einer sogenannten ‚Rider Captain Challenge‘ teilnehmen, woraus ein Städteranking erstellt wird und der Druck von ‚oben nach unten‘ weitergereicht wird:

“Das ganze basiert auf so ´ner Art Wettbewerbsgedanken. Das ist völliger Unfug, weil wir befinden uns ja im Straßenverkehr, man kann die Ampel eben nicht einfach mal auf grün stellen, wie man es braucht. Man muss die ganze Zeit achtsam sein, man muss schauen wie das Wetter ist und wo die Leute wohnen. [...]. Und dann daraus halt so einen Wettbewerb zu fabrizieren. Und das fand ich schon sehr unverschämt, [...]. Und, weil es eben so ein Wettbewerb ist, sind dann halt auch besonders ehrgeizige Personen in Positionen der Teamleitung. Oder auch unsere Standortleiterin, ist da auch so” (Rider Captain 2018).

Das automatisierte Tracking und die Form der Transparenz durch das permanente Vergleichen ist für die Fahrer*innen gleichzusetzen mit dem Erwerb einer detaillierten Erwerbsbiografie, die jedes Arbeitszeugnis in Zukunft obsolet erscheinen lässt. Jede durch die Plattform registrierte Aktivität – jeder

Unfall, jede Beschwerde, jeder Konflikt – wird so implizit zur Referenz und Prognose für die nächste Tätigkeit.

Aufgrund des sozial- und technikvermittelten Konkurrenzdrucks und der vielfach postulierten Atomisierung der Arbeitskraftanbietenden (vgl. Stampfl 2016; Hill 2016; 2018) wird der plattformbasierten Gig Economy eine entsolidarisierende Wirkung attestiert (vgl. Kucklick 2014; Wewer 2016). Jedoch kann dies für die Fahrer*innen von foodora, deliveroo und anderer Lieferdienste nicht so einfach postuliert werden. Ab 2016 formiert sich länderübergreifend koordinierter Widerstand gegen die Arbeits- und Entlohnungsbedingungen. Die internationalen Streiks (zuerst in London, dann in Paris, und in Bologna) richten sich gegen die schlechte Bezahlung und die Vergütung pro Auftrag⁶. foodora weigert sich an kollektiven Verhandlungen teilzunehmen und reagiert mit Aussperrungen und Kündigungen (vgl. Struggles in Italy 2016).

In Berlin hat die Basisgewerkschaft FAU (Freie Arbeiterinnen- und Arbeiter-Union) gemeinsam mit Fahrer*innen verschiedener Lieferdienste einen Forderungskatalog für bessere Arbeitsbedingungen erstellt. Überwachung und Datenschutz scheinen dabei nicht zu den vorrangigen Problemen zu gehören. Vielmehr adressieren sie Themen wie Arbeitssicherheit, Arbeitsmittelbereitstellung durch die Arbeitgeber*in sowie unbezahlte Arbeitszeit, schlechte Bezahlung und fehlende Ansprechpartner*innen.

“Also der Arbeitgeber will nur bezahlen, was seiner Meinung nach ‚wirkliche‘ Arbeit ist, die man hier leistet. Und das ist immer nur die Auslieferung. Die Auslieferungsfahrten, das war´s. Wir haben hier immer wieder Probleme mit Urlaubstagen, mit Krankheitstagen und sonstigen Leistungen, die man eigentlich als Arbeitnehmer kriegen müsste“ (Rider 2018).

“Das ist halt unternehmerisches Risiko auf den Arbeitnehmer abgewälzt, neh? Weil eigentlich ist Arbeitsmaterial, oder Dienstmaterial, das muss vom Arbeitgeber gestellt werden. Ja, wir kriegen halt Jacken und Rucksäcke, aber das ist ja auch, das hat einen Marketinghintergrund. Das ist für den Arbeitgeber, da hat er viel von. Aber da ist ja noch viel mehr. Aber da müssten die Verschleißkosten, die Verschleißkosten, die kriegen wir übrigens nicht, da musste Reparatur, Wartung und Verkehrssicherheit, da müssen wir uns drum kümmern. Das will der Arbeitgeber halt nicht“ (Senior Rider Captain 2017).

Die Forderungen der Fahrer*innen sind mit Aktionen vor den Firmenzentralen, öffentlichkeitswirksamen Demonstrationen, Kundgebungen und Protesten begleitet worden. Im Sommer 2017 – kurz vor dem Börsengang von Delivery Hero – meldet foodora Gesprächsbereitschaft. Während die erste Verhandlungsrunde zwischen der FAU Berlin und der foodora-Geschäftsführung vorsichtig optimistisch eingeschätzt worden ist, scheidet die zweite Verhandlungsrunde laut FAU Berlin (2017), da foodora keine konkreten Verbesserungsvorschläge geliefert hat. Der Pressesprecher von foodora hingegen postuliert, dass es „zu keiner Zeit ein Versprechen auf konkrete Angebote gegeben hat. [...] Manche Vorstellungen der Verhandler sind schlicht nicht realistisch, also können wir ihnen auch nicht nachkommen. Unsere Bezahlung ist fair und angemessen. Deswegen haben wir dem direkt eine Absage erteilt“ (Pfeifer zitiert nach Kramer 2017). Im Januar 2018 gibt foodora bekannt, ab Februar 2018 eine Verschleißpauschale von 25 Cent in der Stunde zu bezahlen.

⁶ In Deutschland operiert foodora mit verschiedenen Arbeitszeitmodellen und Festanstellungen, wohingegen das Unternehmen in anderen Ländern ausschließlich mit Soloselbstständigen auf Projektbasis zusammenarbeitet.

Während foodora in Deutschland den Eindruck erweckt, sozialpartnerschaftlich zu agieren und auf der sektoralen Ebene – zumindest symbolisch – an Verhandlungen mit Gewerkschaften partizipiert, gilt dies für andere Länder nicht. Aber auch auf der betrieblichen Ebene der einzelnen Standorte in Deutschland zeigt sich, dass foodora kollektiven Interessenvertretungsstrukturen skeptisch bis ablehnend gegenübersteht. 2017 haben mehrere Städte versucht, einen Betriebsrat zu gründen. Bis auf eine Betriebsratsgründung – in Zusammenarbeit mit der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten – sind alle Versuche gescheitert (vgl. Labournet 2018). Dies liegt daran, dass eine Betriebsratsgründung seitens des Unternehmens leicht verhindert werden kann, indem befristete Verträge der sich engagierenden Fahrer*innen nicht verlängert werden. In solchen Fällen wird nicht einmal eine Kündigung ausgesprochen und die Betroffenen merken häufig erst, wenn sie keinen Zugriff mehr auf die App haben, dass ihr Vertrag nicht verlängert worden ist. Auch 2018 hat foodora erfolgreich eine Einberufung der Wahlversammlung zur Betriebsratsgründung verhindert, mit der Begründung, dass der Standort über kein Büro verfüge, also aufgrund der fehlenden Betriebsstätte kein Betriebsrat eingerichtet werden könne. Die Begründung ist vom Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) abgedeckt, jedoch handelt es sich hierbei um einen Präzedenzfall, der noch entschieden werden muss, da digitale Unternehmensstrukturen bisher nicht im BetrVG berücksichtigt worden sind. Mittlerweile gibt es an zwei von vierunddreißig Standorten einen Betriebsrat.

4. Implikationen zur Veränderung der Erwerbsarbeit

Das Fallbeispiel foodora zeigt, dass die Ausschöpfung regulatorischer Lücken zuungunsten der Fahrer*innen geht, da die digital vermittelte und ortsgebundene Arbeit neue volatile Arbeitsverhältnisse evoziert, die durch ein geringeres Maß an wechselseitiger Bindung zwischen Arbeitgeber*in und Arbeitskraftanbietenden gekennzeichnet ist. Die Verlagerung der unternehmerischen Risiken auf die Fahrer*innen spiegelt das Bemühen wider, sich traditionellen Arbeitgeber*innenpflichten zu entziehen. Das Versprechen von selbstbestimmter und flexibler Arbeit steht der algorithmischen Kontrolle und Überwachung sämtlicher Arbeitsabläufe gegenüber, die wiederum als Disziplinierungsinstrument wirkt und einen stetigen Optimierungsdruck bei den Betroffenen generieren kann. Die daraus resultierenden ungleichen Leistungsprofile sorgen zum Beispiel dafür, dass diejenigen, deren Daten als ‚schlecht‘ eingestuft werden, Nachteile bei der Schichtplanung und der Vergütung erfahren. Die technisch manifestierten und überregional standardisierten Formen der Arbeitskoordination schmälern den situativen Handlungsspielraum der Arbeitnehmer*innen – vor allem dann, wenn es sich um selbstständige oder temporäre Arbeitsverhältnisse, die nicht auf Dauer gestellt sind und keine hohen Qualifikationen voraussetzen, handelt. Da die Fahrer*innen als wesentlicher Kostenfaktor betrachtet werden, ist es denkbar, dass weitere Risiken auf Seiten der Fahrer*innen ausgelagert werden. Die Vermutung verstärkt sich vor allem durch den Verkauf von foodora Deutschland an takeaway.com⁷ durch Delivery Hero im Dezember 2018. Mutmaßlich wird dieser Verkauf zu einem Abbau von Fest- und Vollzeitbeschäftigten und einer Zunahme von Soloselbstständigen führen.

Trotz alledem zeigt das Fallbeispiel auch, dass die vielfach postulierte Unmöglichkeit der Organisation digitaler Arbeitskraftanbietender aufgrund ihrer Atomisierung nicht einfach so stehen gelassen

⁷ Takeaway.com ist ebenfalls ein auf das Liefern von Essen spezialisiertes Online-Unternehmen mit Firmensitz in Amsterdam. In der Selbstbeschreibung spricht takeaway.com von sich als dem führenden Food Delivery Marktplatz in Kontinentaleuropa.

werden kann. Vielmehr ist eine Internationalisierung der Proteste sowie eine unternehmensübergreifende Selbstorganisationsbewegung für alle Fahrer*innen, die unter ähnlichen Bedingungen arbeiten, zu beobachten. Digitale ortsgebundene Arbeit geht mit prekären Arbeitsbedingungen und zumeist mit einer Absenz von klassischen Industriegewerkschaften einher. Dafür scheinen Basisgewerkschaften eine besondere Rolle bei der Selbstorganisation der Fahrer*innen und der internationalen Zusammenarbeit dieser einzunehmen. Die Selbstorganisation in Basisgewerkschaften könnte ein Indiz dafür sein, dass die digitalen Arbeitskraftanbietenden verinnerlicht haben, dass sie zunehmend für sich selbst eintreten und eigenständig Verhandlungen führen müssen, obwohl fehlendes Wissen über Mitbestimmung einerseits und Erpressungspotentiale durch vollumfängliches Tracking und Bewertungssysteme andererseits dieses Handeln – theoretisch betrachtet – verhindern bzw. massiv erschweren können.

Literatur

- Arno Rolf und Sagawe Arno. 2015. *Des Googles Kern und andere Spinnennetze. Die Architektur der digitalen Gesellschaft*. Konstanz: UVK.
- Acquier, Aurélien, Jonatan Pinkse und Thibault Daudigeos. 2017. Promises and paradoxes of the sharing economy. An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, No. 125. 1–35.
- Bala, Christian und Wolfgang Schuldzinski. 2016. Einleitung. Neuer sozialer Konsum? Sharing Economy und Peer-Produktion. In *Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum: Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion*, Hrsg. Dies., 7–29. Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW.
- Belk, Russell. 2013. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* 67:1595–1600.
- Biegón, Dominika, Wolfgang Kowalsky und Joachim Schuster. 2017. *Schöne neue Arbeitswelt? Wie eine Antwort der EU auf die Plattformökonomie aussehen könnte*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Botsman, Rachel und Roo Rogers. 2010. *What´s Mine is yours. The Rise of Collaborative Consumption*. London: Collins.
- Botsmann, Rachel und Roo Rogers. 2011. *What´s Mine is yours. How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London: Collins.
- Breidbach Christoph und Roderick J. Brodie. 2017. Engagement platforms in the sharing economy. Conceptual foundations and research directions. *Journal of Service Theory and Practice* 27(4):761–777.
- Celeta, Filippo, Yungmee Cary Hendrickson und Venere Stefania Sanna. 2017. The sharing economy as community marketplace? Trust, reciprocity and belonging in peer-to-peer accommodation platforms. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10:349–363.
- Codagnone, Cristiano, Fabienne Abadie und Federico Biagi. 2016. The Future of Work in the ‘Sharing Economy’. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation? <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2784774> (Zugegriffen: 06. Juni 2018).
- Dittmann, Heidi und Björn Kuchinke. 2015. Ordnungswirtschaftliche Aspekte der Sharing Economy. *Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. 66:243–262.
- Dittmann, Heidi und Björn Kuchinke. 2017. Sharing Economy. Digitale Revolution in der Produktion und im Konsum? In *Digitale Wirtschaft und Sharing Economy. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven*, Hrsg. Detlef Aufderheide und Martin Dabrowski, 11–32. Berlin: Duncker & Humblot.
- Dolata, Ulrich. 2017. Internetkonzerne. Konzentration, Konkurrenz und Macht. In *Kollektivität und Macht im Internet. Soziale Bewegungen – Open Source Communities – Internetkonzerne*, Hrsg. Ulrich Dolata und Jan-Felix Schrape, 101–130. Wiesbaden: VS Verlag.

- Dolata, Ulrich. 2018. Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung. Kommerzielle Plattformen im Internet. *Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationssoziologie*. SOI Discussion Paper 2018–04.
- Eichhorst, Werner und Alexander Spermann. 2015a. Sharing Economy: Mehr Chancen als Risiken? *Analysen und Berichte Wettbewerb* 433–439.
- Eichhorst, Werner und Alexander Spermann. 2015b. Sharing Economy – Chancen, Risiken und Gestaltungsoptionen für den Arbeitsmarkt. *IZA Research Report* 69.
- FAU. 2017. Negotiations with Foodora fail <https://deliverunion.fau.org/2017/11/06/press-release-negotiations-with-fooodora-fail/> (Zugegriffen: 17. März 2018).
- Frenken, Koen und Juliet Schor. 2017. Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transition* 23:3–10.
- Haucap, Justus. 2015. Ökonomie des Teilens – nachhaltig und innovativ? Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen. *Ordnungspolitische Perspektiven* 69:1–10.
- Hill, Steven. 2016. How the Sharing Economy Screws American Workers. Huffington Post vom 20.01.2016. https://www.huffingtonpost.com/steven-hill/sharing-economy-american-workers_b_9018724.html (Zugegriffen: 18. Mai 2018).
- Hill, Steven. 2018. Der „dezentrale“ Arbeitnehmer. <https://www.mitbestimmung.de/html/der-dezentrale-arbeitnehmer-8431.html> (Zugegriffen: 07. November 2018).
- Hüsing, Alexander. 2016. 5 spannende Fakten über das Hype-Start-up foodora. <https://www.deutsche-startups.de/2016/05/30/5-spannende-fakten-ueber-das-hype-start-foodora/> (Zugegriffen: 03. Dezember 2017).
- Kirchner, Stefan. 2018. Arbeiten in der Plattformökonomie. Grundlagen und Grenzen der Entwicklungsdynamik. <https://www.researchgate.net/publication/324604229> (Zugegriffen: 22. Mai 2018).
- Kirchner, Stefan und Elke Schüßler. 2018. The Organization of Digital Marketplaces. Unmasking the Role of Internet Platforms in the Sharing Economy. <https://www.researchgate.net/publication/325011690> (Zugegriffen: 05. Juni 2018).
- Koos, Dominik. 2017. Arbeitskampf bei foodora. Pink ist die Hoffnung. <http://www.taz.de/!5461657> (Zugegriffen: 17. März 2018).
- Kramer, Bernd. 2017. Behandelt foodora seine Mitarbeiter fair? <http://www.zeit.de/arbeit/2017-11/foofora-fahrer-proteste-gewerkschaft-verhandlungen/komplettansicht> (Zugegriffen: 17. März 2018).
- Kucklick, Christoph. 2014. *Die granulare Gesellschaft. Wie das Digitale unsere Wirklichkeit auflöst*. München: Ullstein.
- Labournet. 2018. Betriebsratswahl bei foodora Hamburg am 01. Juni 2018. <http://www.laburnet.de/politik/gw/mitbestimmung/betriebsrat/betriebsratswahl-bei-foodora-hamburg-01-juni-2018> (Zugegriffen: 09. November 2018).
- Lamnek, Sigfried. 2010. *Qualitative Sozialforschung*. 5. Aufl. Weinheim / Basel: Beltz.
- Light, Ann und Codagh Miskelly. 2015. Sharing Economy vs. Sharing Cultures? Designing for social, economic and environmental good. *Interaction Design and Architectures Journal* 24:49–62.
- Mair, Johanna und Georg Reisschauer. 2017. Capturing the dynamics of the sharing economy. *Technological Forecasting & Social Change* 1–10.
- Martin, Chris. 2016. The Sharing Economy. A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics* 121:149–159.
- Mayntz, Renate. 2002. Zur Theoriefähigkeit makro-sozialer Analysen. In *Akteure – Mechanismen – Modelle*, 7–43. Frankfurt am Main: Campus.
- Mayntz, Renate. 2009. *Sozialwissenschaftliches Erklären. Probleme der Theoriebildung und Methodologie*. Frankfurt am Main: Campus.
- Newlands, Gemma, Christoph Lutz und Christian Fieseler. 2017. Power in the Sharing Economy. In *Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy*, Report from the EU H2020 Research Project Ps3Share.

- Ostrom, Elinor. 2012. *Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter*. München: oekonom.
- Peitz, Martin und Ulrich Schwalbe. 2016. Kollaboratives Wirtschaften oder Turbokapitalismus? Zur Ökonomie der Sharing Economy. *Zeitschrift Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 17(3):232–252.
- Rifkin, Jeremy. 2014. *Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, the Collaborative Commons and the Eclipse of Capitalism*. New York: Palgrave Macmillan.
- Slee, Tom. 2016. *Deins ist meins. Die unbequemen Wahrheiten der Sharing Economy*. München: Anjte Kunstmann.
- Schmidt, Florian. 2017. *Digital Labour Markets in the Platform Economy. Mapping the Political Challenges of Crowd Work*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Schor, Juliet. 2014. Debating the Sharing Economy. *Great Transition Initiative* 1–13.
- Schor, Juliet. 2015. Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent? Findings from a qualitative study of platform providers. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10:263–279.
- Schreyer, Jasmin und Jan-Felix Schrape. 2018. Algorithmische Arbeitskoordination in der plattformbasierten Gig Economy. Das Beispiel foodora. *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* 11(2):262–278.
- Schröder, Miriam. 2016. Der Markt hat nur Platz für einen oder zwei Anbieter. <https://www.deliveryhero.com/der-markt-hat-nur-platz-fur-einen-oder-zwei-anbieter/> (Zugegriffen: 17. März 2018).
- Srnicek, Nick. 2017. *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Spermann, Alexander. 2017. Plädoyer für eine angemessene Regulierung der Sharing Economy. In *Digitale Wirtschaft und Sharing Economy. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven*, Hrsg. Detlef Aufderheide und Martin Dabrowski, 41–46. Berlin: Duncker & Humblot.
- Stampfl, Nora. 2016. Arbeiten in der Sharing Economy. Die „Uberisierung“ der Arbeitswelt? *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung* 85(3):37-49.
- Strube, Sebastian. 2016. «Unused value ist wasted value» – Von der Sharing Economy zur Gig Economy. In *Digitalisierung der Arbeit, Arbeit 4.0. Sharing Economy und Plattform-Kooperativismus*, Hrsg. Patrick Stary, 52–61. Berlin: Manuskripte Rosa Luxemburg Stiftung.
- Struggles in Italy. 2016. Foodora strikes in Italy – the dark side of the sharing economy. <https://strugglesinitaly.wordpress.com/2016/10/30/foodora-strikes-in-italy-the-dark-side-of-the-sharing-economy/> (Zugegriffen: 19. September 2018).
- Sundararajan, Arun. 2016. *Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd Based Capitalism*. Massachusetts: MIT Press.
- Wewer, Göttrik. 2016. Privates Teilen als Geschäftsmodell? Politische, wirtschaftliche und soziale Probleme der Sharing Economy. *Leviathan* 44(1):155–179.