



Ökonomie

EINE KRITISCHE HANDREICHUNG



Ausgerechnet wir

Leben und Arbeit in digitalisierten Zeiten

ILLUSTRATION: P. M. HOFFMANN

**Wie sich Arbeit, Bildung und Journalismus durch das Netz ändern.
Schaft Digitalisierung die Arbeit ab oder kostet sie bloß Jobs?
Warum Social Media keine Medien sind, sondern Werbeagenturen.**



GERECHTIGKEIT MUSS SEIN

ARGUMENTE FÜR MEHR GERECHTIGKEIT

Die E-Papers der Arbeiterkammer

Analyse und Gesellschaftskritik einfach runterladen:
wien.arbeiterkammer.at/service/zeitschriften



Editorial

Die Digitalisierung, die ist lustig. Aber bei weitem nicht für alle. Als ich mit Sylvia Kuba von der AK Wien zusammensaß und wir dieses Heft konzipierten, war klar, es sollte darin nicht nur um schicken Tech-Kram gehen, sondern um die tiefgreifenden, durch die Digitalisierung hervorgerufenen Veränderungen in unserem Leben.

Da wäre einmal die Arbeitswelt. Wie geht man mit neuen Arbeitsformen wie Crowdwork um, die traditionellen Arbeitsschutz ad absurdum führen, aber nicht überflüssig machen? Wie verhindert man, dass Leute, die keine Geräte und keine Räume haben, sich ausreichend weiterbilden? Und was macht eine Gesellschaft mit ihren meist gutgläubigen oder gleichgültigen Mitgliedern, die ihre Daten abliefern, als wären sie nichts wert? Die von Algorithmen **AUSGERECHNET** werden und eine Welt à la Carte serviert bekommen, wie es ihnen gefällt. Und zwar, ohne dass sie es merken?

All diese Fragen könnten einen zum Techno-pessimisten machen. Mit genauso guten Gründen aber könnte man die neuen Möglichkeiten sehen, die sich uns eröffnen. Im Journalismus sehen wir beides. Einerseits ist die Öffentlichkeit als demokratische Kernzone in Gefahr, andererseits tun sich kollektiver globaler Intelligenz ganz neue Möglichkeiten auf, Korruption und Machtmissbrauch aufzudecken.

Auch der Bildung eröffnen sich neue Horizonte. Die Schlüsselworte lauten wie immer: Kooperation versus Egoismus. Die digitalisierte Weltgesellschaft bietet beides, die Möglichkeiten, sich demokratisch global zu vernetzen oder mit globalen Praktiken unsolidarische, weil steuervermeidende Geschäfte zu betreiben.

Nicht zuletzt wird es darauf ankommen, ob **WIR** uns intellektuell den neuen Herausforderungen gewachsen zeigen. Dazu hoffen wir hier ein paar Argumente beizutragen.

Unser Dank geht an die Arbeiterkammer Wien, mit deren Hilfe dieses Heft möglich wurde und deren Experten und Expertinnen wie immer Beiträge und Kommentare geliefert haben.

ARMIN THURNHER

Inhalt

Denker	5
Adam Smith Stephan Schulmeister erklärt, warum es dem großen Ökonomen überhaupt nicht gerecht wird, ihm die „unsichtbare Hand des Marktes“ zuzuschreiben	6
Ursula Huws Der Soziologe Jörg Flecker porträtiert die englische Soziologin, die digitale Arbeitsverhältnisse erforscht und den Begriff „Cybertariat“ geprägt hat	8
Michael Hudson Endlich erscheint das Buch „Killing the Host“ auf Deutsch, sodass man den bedeutenden US-Ökonomen auch bei uns besser kennenlernen kann.	10
Kari Polanyi Andreas Novy porträtiert die Tochter Karl Polanyis, Nachlassverwalterin ihres Vaters, und akzentuiert besonders die Bedeutung des Roten Wien für beider Werk	12
Ökonomen und Ökonominnen Branko Milanović, Anat R. Adnati, Heinz Kurz, Robert Shiller, Till van Treeck und Doris Weichselbaumer in kürzeren Porträts.	14
Wir und das Netz	17
Der neue Datenjournalismus Benedikt Narodoslawsky erläutert Gefahren und Möglichkeiten einer digitalisierten und kommerzialisierten Nachrichtenwelt	18
Panama Papers Florian Klenk schildert aus eigener Anschauung, was der Scoop der Panama Papers für den Journalismus Neues bringt	21
Big Data Daten sind der Rohstoff, mit dem die goldenen Geschäfte der Gegenwart und Zukunft gemacht werden. Nur ihre Produzenten – wir alle – schauen durch die Finger	24
Netropolitik Was und wo man in Wien Themen der digitalen Sphäre politisch diskutiert – face to face	27
Christian Fuchs Dokumentation einer Okto-TV-Sendung mit dem marxistischen Medienökonom. Facebook & Co sind keine Medien, es sind Werbeagenturen, sagt er	28
US Wahlkampf Wer Medien auf dem Stand der Zeit beherrscht, beherrscht die Politik. Aber lassen sich digitale Medien einfach „beherrschen“?	34
Die besten Ökonomie-Blogs Eine Zusammenstellung der interessantesten Links zu Websites und Blogs, mit besonderer Berücksichtigung von digitaler Ökonomie	37
Arbeit im Netz	39
Neue Arbeitsformen Sylvia Kuba über Crowdwork, die neue Form, über Plattformen vermittelt zu arbeiten. Sie bringt arbeitsrechtliche Probleme mit sich	40
Digitale Pflege Digitalisierung kann in der Pflege nicht nur in Form von Robotern helfen, sondern auch in Form von Information und Kooperation, wie ein holländisches Beispiel zeigt	43
Digitale Bildung Leonhard Dobusch weist darauf hin, dass die Haupthürde bei digitaler Bildung nicht die Geräte darstellen, sondern der mangelnde Wille zur Zusammenarbeit.	44
Digitale Weiterbildung geschieht auf vielerlei Weise, etwa zu Hause oder im Job, aber man muss darauf achten, dass die neuen Möglichkeiten wirklich allen offenstehen	47
Share Economy Das große digitale Teilen mündet wie alles auf unregulierten Märkten in Überbewertung und Konzentration: sogar dort, wo es um Nonprofit-Projekte geht.	49
Digital Divide Alter und Bildung scheiden sich die Gesellschaft in vielem, die Trennlinien zeigen sich auch in der digitalen Sphäre.	52
Kommentar Machen uns Computer und Roboter arbeitslos? Kein Grund zur Panik, sagt Markus Marterbauer. Technischer Fortschritt sparte immer schon Arbeit ein	54
Bücher und Statements	55
Max Schrems Der Mann, der Facebook klagte, zweimal im Gespräch. Seine beiden juristischen Etappensiege über den Social-Media-Riesen	56
Buchrezensionen Über Sharing Economy, neue digitale Arbeitsverhältnisse, Hass im Netz, Algorithmen, die Krise des Mainstream-Journalismus und Big Data	61

Impressum

Falter 27a/16 Herausgeber: Armin Thurnher **Medieninhaber:** Falter Zeitschriften Gesellschaft m.b.H., Marc-Aurel-Straße 9, 1010 Wien, T: 01/536 60-0, F: 01/536 60-912, E: wienzeit@falter.at, www.falter.at
Redaktion: Sylvia Kuba, Armin Thurnher **Herstellung:** Falter Verlagsgesellschaft m.b.H.; Layout: Raphael Moser, Oliver Hofmann; Lektorat: Helmut Gutbrunner, Daniel Jokesch; Geschäftsführung: Siegmund Schlager
Druck: Niederösterreichisches Pressehaus **DVR:** 047 69 86. Diese Beilage erscheint in Kooperation mit der AK Wien. Alle Rechte, auch die der Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, vorbehalten.
 Die Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz ist unter www.falter.at/offenlegung/falter ständig abrufbar



Karin Chladek
Publiziert in mehreren Medien, zuständig für Wissenschaftskommunikation am Wiener Standort der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt



Leonhard Dobusch
war in Stanford und am Max-Planck-Institut in Köln, lehrte an der FU Berlin und lehrt nun Organisation an der Uni Innsbruck



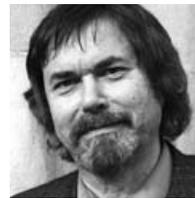
Jörg Flecker
Jörg Flecker ist Professor für Soziologie an der Universität Wien und Obmann des Forschungsinstituts FORBA



Anna Goldenberg
ist Chefin vom Dienst beim Falter, berichtet dort über Medien und schreibt die wöchentliche Kolumne „Digitalia“



Mathias Grandosek
ist Experte für Telekommunikationspolitik, Informations- und Kommunikationstechnologien in der AK Wien



Harald Hagemann
ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Universität Hohenheim und Vorsitzender der Keynes Gesellschaft



Gerlinde Hauer
leistet in der Frauenabteilung der AK Wien Grundlagenarbeit zur Arbeitsmarktpolitik sowie Vereinbarkeit von Beruf und Familie



Michael Heiling
Betriebswirtschaftlicher Referent in der AK Wien. Schwerpunkte Industrie, Verkehr, Versicherungen, Mitbestimmung und digitaler Wandel



P. M. Hoffmann
ist Illustrator, regelmäßiger Mitarbeiter des Falter, illustrierte das Cover, Essays und Beiträge in diesem Heft

**Autorinnen
und Autoren**

**Informationen über
Menschen, die an diesem Magazin
mitgearbeitet haben**



Oliver Hofmann
Der Grafiker sorgte für die Grafiken auf den Aufmacherseiten zu den Kapiteln und Infografiken in einzelnen Geschichten



Andi Kastner
ist Experte für Bildungspolitik in der AK – Arbeitsschwerpunkte: Digitalisierung der Bildung und politische Bildung



Florian Klenk
Chefredakteur des Falter, über ihn kam die Teilnahme des Falter als einziges österreichisches Printmedium an den Panama Papers zustande



Caroline Krammer
ist Referentin für sozialversicherungsrechtliche und gesundheitspolitische Grundlagenarbeit in der Abteilung Sozialversicherung der Arbeiterkammer Wien



Sylvia Kuba
leitet bereichsübergreifende Projekte in der AK Wien, Experte für Digitalisierung der Arbeitswelt. Im Leitungsteam von blog.arbeit-wirtschaft.at



Ilse Leidl-Krapfenbauer
Arbeitsmarktpolitische Grundlagenarbeit in der AK Wien. Publiziert regelmäßig das Statistikwerk „Arbeitsmarkt im Fokus“



Emanuel List
studiert Volkswirtschaft im Masterprogramm der WU Wien



Markus Marterbauer
leitet die Abteilung Wirtschaftswissenschaft in der AK Wien, er bloggt auf blog.arbeit-wirtschaft.at und kommentiert regelmäßig im Falter



Robert Misik
ist Publizist und Autor zahlreicher Bücher, er schreibt eine Kolumne für die taz und bloggt unter misik.at



Gernot Mitter
ist Experte in der Abteilung Arbeitsmarktpolitik der AK Wien. Außerdem im Vorstand des waff und im Landesdirektorium des AMS Wien



Raphael Moser
Der Produktionschef des Falter Verlags gestaltete alle wesentlichen Geschichten dieser Beilage und sorgte für Abgabedisziplin



Benedikt Narodoslawsky
Redakteur des Falter, wo er das Ressort Medien leitet



Andreas Novy
Professor an der WU, leitet das Institute for Multi-Level Governance and Development. Er ist Leiter der Grünen Bildungswerkstatt



Miriam Rehm
Referentin für Makroökonomie und Verteilung in der Abteilung Wirtschaftswissenschaft der AK, Lektorin an der WU Wien



Daniel Riegler
studiert Volkswirtschaft im Masterprogramm der WU Wien



Christa Schlager
ist Mitarbeiterin in den Abteilungen Wirtschaftswissenschaft und EU & Internationalen der AK Wien



Stephan Schulmeister
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Wifo, Berater, Autor zahlreicher Bücher und Publikationen



Matthias Schnetzer
ist Referent in der wirtschaftswissenschaftlichen Abteilung der AK Wien und Lektor an der WU Wien



Simon Schumich
Betriebswirtschaftlicher Referent in der AK Wien. Schwerpunkte Energie, Wirtschaftsdienstleistungen und Share Economy



Lisa Sinowatz
Referentin in der Lehrlingsabteilung in der AK Wien. Schwerpunkt in den Themengebieten Jugendbeschäftigung und Jugendarmut



Armin Thurnher
ist Herausgeber und Chefredakteur des Falter, den er 1977 mit anderen gründete



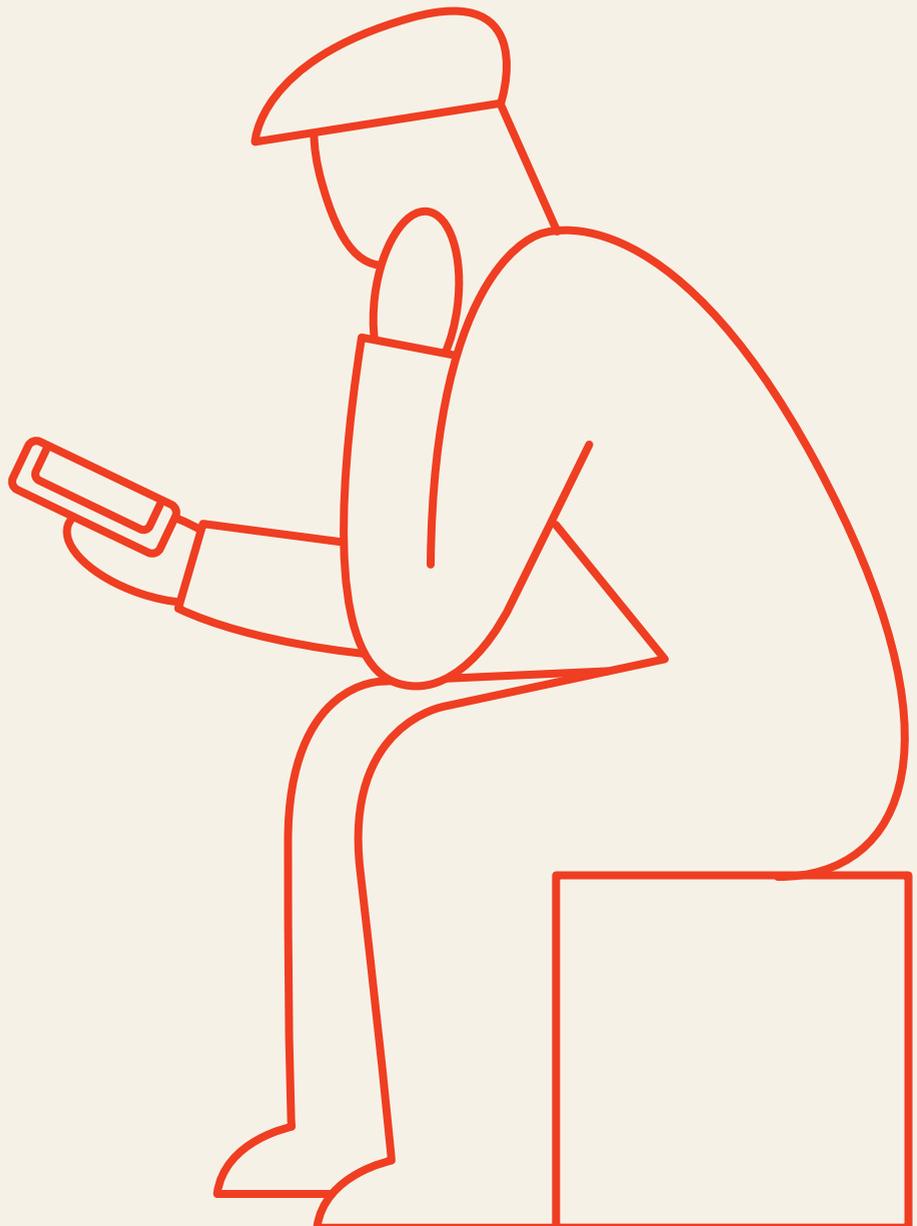
Dominik Weber
studiert Volkswirtschaft im Masterprogramm an der WU



Daniela Zimmer
ist Konsumentenschutzexpertin im Bereich des digitalen Verbraucherschutzes und u.a. auf Datenschutzfragen spezialisiert

1. Denker

- 6** Stephan Schulmeister erklärt, warum es dem großen Ökonomen Adam Smith nicht gerecht wird, ihm die „unsichtbare Hand des Marktes“ zuzuschreiben
- 8** Der Soziologe Jörg Flecker porträtiert die englische Soziologin Ursula Huws, die digitale Arbeitsverhältnisse erforscht und den Begriff „Cybertariat“ geprägt hat
- 10** Endlich erscheint das Buch „Killing the Host“ auf Deutsch, sodass man den bedeutenden US-Ökonomen Michael Hudson jetzt auch hier besser kennenlernen kann
- 12** Andreas Novy porträtiert die Tochter Karl Polanyis, Nachlassverwalterin ihres Vaters, und akzentuiert besonders die Bedeutung des Roten Wien für beider Werk
- 14** Branko Milanović, Anat R. Adnati, Heinz Kurz, Robert Shiller, Till van Treeck und Doris Weichselbaumer in kürzeren Porträts



Realistischer Theoretiker und einfühlsamer Moralist

Adam Smith gilt als Begründer der Wirtschaftswissenschaften. Denn er untersuchte als Erster in systematischer Weise, wie die Konkurrenz von Produzenten, Kaufleuten und Arbeitern auf Güter- und Arbeitsmärkten und die entsprechenden Preissignale die Effizienz der Produktion steigern, die Verteilung der Einkommen zwischen Grundrente, Profit und Löhnen bestimmen und zu höherem Wohlstand führen.

Quelle des Wohlstands ist immer die Arbeit, deren Ertrag (Produktivität) durch Spezialisierung gesteigert wird, insbesondere deshalb, weil die Zerlegung eines Produktionsprozesses in immer kleinere Einzelschritte die Erfindung neuer Maschinen erlaubt. So ging die Fließbandarbeit der Entwicklung von Industrierobotern voraus.

Triebkraft wirtschaftlichen Handelns ist das Eigeninteresse jedes Einzelnen, seine Lage zu verbessern. Dies fördert die Intensivierung von Tausch und Arbeitsteilung – zwei Seiten des gleichen Prozesses – und damit die Konkurrenz. Insgesamt bringen diese Prozesse eine stetige Steigerung des materiellen Wohlstands.

Für das Wohlergehen einer Gesellschaft ist allerdings viel mehr nötig. Denn ihre wichtigsten „Bindemittel“ sind Mitgefühl („sympathy“) und damit soziales Verhalten. Beides begreift Smith nicht als prinzipiellen Gegensatz zu Eigennutz: Meine „self-love“ wird ja auch durch die Zuneigung gestärkt, die ich von anderen erfahre, und diese erlange ich wiederum durch meine Anteilnahme an deren Schicksal. Smith begreift Menschen somit als Individuen und soziale Wesen, als rational und emotional.

Seit etwa 150 Jahren dominiert, von einem „keynesianischen Intermezzo“ abgesehen, die neoklassische Gleichgewichtstheorie. Sie nimmt an, dass Menschen rein rationale Individuen sind, deren Konkurrenz auf freien Märkten ein allgemeines Gleichgewicht bei Vollbeschäftigung ermöglicht. Die Vertreter dieser Theorie behaupten, Adam Smith habe mit seiner Metapher von der „unsichtbaren Hand“ ebendies gemeint. Wie ein höheres Wesen verwandle „der Markt“ die individuellen Egoisten in das allgemeine Beste.

Tatsächlich wurde die Vorstellung einer sich selbst regulierenden Marktwirtschaft in den Gründungsvater projiziert, und zwar überwiegend erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Smith selbst hat der Metapher von einer „unsichtbaren Hand“ keinerlei „marktreligiöse“ Bedeutung beigemessen. In seinem ökonomischen Hauptwerk erwähnt er sie nur einmal, und zwar fast beiläufig.

Smith stellt fest, dass viele Kaufleute den Binnenhandel in England jenem mit den Kolonien in Übersee vorziehen, da letzterer mit viel mehr Unsicherheit behaftet sei:

Adam Smith, der Begründer der Wirtschaftswissenschaft, wird von dieser oft falsch interpretiert

PORTRÄT:
STEPHAN
SCHULMEISTER

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

Zur Person

Adam Smith wurde 1720 in Schottland geboren, studierte in Glasgow und Oxford, 1752 wird er Professor für Moralphilosophie in Glasgow, seine beiden Hauptwerke „Theory of Moral Sentiments“ und (gekürzter Titel) „Wealth of Nations“ erscheinen 1759 und 1776. Besonders das zweite Werk wird ein fulminanter Erfolg und bald in mehrere Sprachen übersetzt. Smith stirbt 1790

Zum Autor

Stephan Schulmeister ist Wirtschaftsforscher und Universitätslektor in Wien

„Wenn er [jeder Einzelne] es vorzieht, die eigene nationale Wirtschaft anstatt die ausländische zu unterstützen, denkt er eigentlich nur an die eigene Sicherheit (...) Und er wird in diesem wie auch in vielen anderen Fällen von einer unsichtbaren Hand geleitet, um einen Zweck zu fördern, den zu erfüllen er in keiner Weise beabsichtigt hat.“

Smith hat mit dem Bild von der „unsichtbaren Hand“ also keinesfalls „den Markt“ zu einem „Generalkoordinator“ ökonomischer Prozesse idealisiert. Erst die neoliberalen Ökonomen haben dies dem „Ahnherren“ aller Ökonomen unterstellt und ihn so als Begründer ihrer eigenen Ideologie ausgegeben.

Diese Projektion hatte fatale Folgen. Der Mythos von der „unsichtbaren Hand“ bildet das Fundament jenes Prozesses der Selbstentfremdung, der seit Jahrzehnten die Gesellschaft immer tiefer in die Krise führt: Nicht die Menschen sind Subjekte, welche ihre Verhältnisse gestalten und sich dazu auch der Märkte als Instrumente bedienen, sondern „die Märkte“ werden zum steuernden Subjekt, dem sich die Menschen und auch die von ihnen gewählten Politiker zu unterwerfen haben („marktkonforme Demokratie“).

Gleichzeitig wird der Egoismus moralisch veredelt zu einem neuen „kategorischen Imperativ“: Handelst du sozial und stehst im Einklang mit dem Marktgesetz. Diese Botschaft freut die Vermögenden, für ihre Verbreitung durch Think Tanks, gesponserte Lehrstühle und gekaufte Medien zahlen sie gerne.

Die großen Ökonomen nach Smith – Malthus, Ricardo, Mill oder Marx – haben sein Bild von der „unsichtbaren Hand“ nicht einmal erwähnt. Es passt ja überhaupt nicht zum Denkstil des großen Aufklärers: Wer Smith im Original liest, ist beeindruckt, mit welcher Sorgfalt und Genauigkeit er Beobachtungen sammelt, mit wie viel psychologischer Einfühlung er Mutmaßungen über die Motive der Handelnden anstellt und wie vorsichtig er theoretische Schlüsse zieht.

Smith unterscheidet klar zwischen „selfishness“ und „self-interest“. Erstere kritisiert er scharf, letztere bewertet er als zentrale Triebkraft ökonomischen Handelns grundsätzlich positiv. Smith hat sich aber nie gegen jegliche Marktregulierung ausgesprochen. Auch zeigt er, dass die folgenreichsten Beschränkungen des Wettbewerbs von den Unternehmern ausgehen.

Wie grotesk die neoliberale Umdeutung von Adam Smith ist, wird an seinem sozialphilosophischen Hauptwerk über die Beziehungen von Individuum und Gesellschaft deutlich („Theory of Moral Sentiments“). Es bildet den Rahmen für sein (späteres) ökonomisches Hauptwerk. Smith geht es immer um das „Ausbalancieren“ gegensätz-

licher Kräfte wie Leidenschaft und Moral, Emotionen und Vernunft, Eigeninteresse und Sympathie für andere, Profitstreben und soziale Gerechtigkeit, Konkurrenz und Kooperation.

Schon der erste Satz bringt diese dialektische Haltung zum Ausdruck: „Mag man den Menschen für noch so egoistisch halten, es liegen doch offenbar gewisse Prinzipien in seiner Natur, die ihn dazu bestimmen, an dem Schicksal anderer Anteil zu nehmen, und die ihm selbst die Glückseligkeit dieser anderen zum Bedürfnis machen, obgleich er keinen anderen Vorteil daraus zieht als das Vergnügen, Zeuge davon zu sein.“ Da Menschen immer auch Teil von Gemeinschaften und der Gesellschaft sind, stellt Anteilnahme einen Eigennutz sozialer Ordnung dar.

Dies beschreibt und reflektiert Smith in einer so klugen, einfühlsamen, differenzierten und daher konkreten Art, dass einem beim Lesen Hirn und Herz aufgehen; gleichzeitig wird die intellektuelle und emotionelle Verarmung der Mainstream-Ökonomen bedrückend klar.

Wie groß das Vergnügen sein kann, anderen zu helfen, wurde im vergangenen Herbst deutlich. Viele vom „Train of Hope“ am Wiener Hauptbahnhof sprachen lachend über die „euphorisierende“ Wirkung des gemeinsamen Helfens.

Nach Smith prüft jeder Mensch sein Verhalten vom Standpunkt seines inneren „unparteiischen Beobachters“ und stimmt es so auf jenes der anderen ab. Denn der „innere Mensch“ repräsentiert die Normen der Ethik. Diese sind bei Smith nicht aus einem abstrakten „Sittengesetz“ abgeleitet, sondern aus dem konkreten Bedürfnis von Menschen, zu lieben und geliebt zu werden: „Wo jener notwendige Beistand aus wechselseitiger Liebe, aus Dankbarkeit, aus Freundschaft und Achtung von einem Mitglied dem anderen gewährt wird, da blüht die Gesellschaft und da ist sie glücklich.“

Wird dieser Idealzustand nicht erreicht, so braucht es zumindest Gerechtigkeit. Sie ist „der Hauptpfeiler, der das ganze Gebäude stützt. Wenn dieser Pfeiler entfernt wird, dann muss der gewaltige, der ungeheure Bau der Gesellschaft (...) in Atome zerfallen.“

Bedroht wird die Gerechtigkeit durch „selfishness“, also durch Unterdrückung der Mitmenschlichkeit. Ein solches Verhalten muss durch den Staat eingeschränkt werden, indem etwa Vorschriften den Mitbürgern „bis zu einem gewissen Grade auch gegenseitige gute Dienste anbefehlen“. Gegen den späteren Sozialstaat hätte Smith wohl nichts gehabt.

Die neoliberalen „master minds“ werden ihren „Urvater“ wohl nur sehr selektiv gelesen haben.



Von Teleheimarbeit, Cybertariat und Plattformkapitalismus

In der aktuellen Diskussion über digitale Arbeit, Crowdfunding und die sogenannte Sharing Economy kommt man an ihrem Namen nicht vorbei. Sie ist mit Publikationen ebenso allgegenwärtig wie mit Vorträgen und Medienauftritten. Was ihre Analysen so überzeugend macht, sind zwei Tatsachen: Sie ist nicht wie andere kurzfristig auf den Hype aufgesprungen, sondern beschäftigt sich ihr Berufsleben lang mit diesen Themen. Und sie bettet die digitale Arbeit als zentrale Erscheinungen des Kapitalismus im 21. Jahrhundert in eine fundierte Analyse der politischen Ökonomie ein.

Ursula Huws begann ihre Laufbahn als Journalistin, Beschäftigte im Verlagswesen und gewerkschaftliche Aktivistin. Aus Wales stammend, lebte sie zunächst in London, dann in Leeds und beteiligte sich dort an Aktivitäten zur gewerkschaftlichen Organisation in ihrer Branche. Als mit der Verbreitung der Informationstechnik, damals Elektronische Datenverarbeitung (EDV) genannt, das Thema „Bildschirmarbeit“ aktuell wurde, arbeitete sie in einem Resource Centre ihrer Gewerkschaft. Sie verfasste dort die Broschüre „Journalists and the New Technology“.

Zugleich mit der Aufregung über den Einzug der Bildschirme in die Büros setzte eine Diskussion über die Chancen ein, mittels neuer Technologien Jobs in den Norden Englands zu holen, der vom Schrumpfen der Industrie massiv betroffen war. Damit war das Thema Telearbeit geboren, das später eng mit dem Namen Ursula Huws verbunden war. Die Equal Opportunities Commission beauftragte sie, die Auswirkungen der Computertechnologie auf die Beschäftigung von Frauen zu untersuchen, was in eine Darstellung der damaligen Zukunft der Arbeit im Buch: „Your Job in the 80s“ bei Pluto Press führte.

Anfang der 1980er-Jahre kehrte Ursula nach dem Tod ihres Partners nach London zurück. Für die Equal Opportunities Commission führte sie die erste Untersuchung über Telearbeit durch – seither wurde sie das Thema nicht mehr los. Und seit damals versucht sie mit unterschiedlichem Erfolg Verständnis dafür zu erzeugen, dass es sich dabei um eine Art des Arbeitens und nicht um eine Kategorie von Jobs oder Arbeitskräften handelt: „Teleworking is a verb, not a noun!“

Nach großer Resonanz, die ihre Arbeiten im Vereinigten Königreich fanden, betrat Huws in den 1990er-Jahren die europäische Bühne. 1992 gründete sie „Analytica Social and Economic Research“, laut Website für „intelligent analysis of social and economic change in stormy times“. Die Generaldirektion Beschäftigung der Europäischen Kommission beauftragte Huws 1994, einen Bericht über Telearbeit als Fortsetzung des Berichts über „Wachstum, Wettbewerbsfähig-

Ursula Huws beschreibt seit Jahrzehnten, wie die Digitalisierung unser Leben und unsere Arbeit verändert

PORTRÄT:
JÖRG FLECKER

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

Zur Person

Ursula Huws, geboren 1947, ist Professorin für Arbeit und Globalisierung an der Universität Hertfordshire und Herausgeberin von „Work, Organisation, Labour and Globalisation“. Seit den 1970ern betreibt sie Forschung zur Veränderungen der globalen Arbeitsteilung. Im Moment ist sie Vorsitzende der COST Action IS 1202, the Dynamics of Virtual Work. Ihr letztes Buch, „Labor in the Global Digital Economy: the Cybertariat Comes of Age“ (Monthly Review Press), erschien 2014

Zum Autor

Jörg Flecker ist Professor für allgemeine Soziologie am Institut für Soziologie der Universität Wien

keit und Beschäftigung“ zu schreiben. Im Kontext hoher und wachsender Arbeitslosigkeit ging es damals um die Chancen zusätzlicher Beschäftigung durch neue Technologien. Ursula Huws warnte unter anderem vor den Gefahren der Vereinzelung der Arbeitenden, der Prekarisierung der Arbeit und vor Rückschlägen im Hinblick auf die Chancengleichheit der Geschlechter.

Diesen Themen blieb sie treu, als sie eine Reihe von Forschungsprojekten koordinierte, die von der Generaldirektion Forschung finanziert wurden. Darunter von 2000 bis 2003 das Projekt „Emergence“, in dem es um die Verlagerung von Arbeit im Rahmen der globalen Ökonomie auf der Grundlage des Internet und neuer Informations- und Kommunikationstechnologien ging. Das internationale Konsortium untersuchte Aus- und Verlagerung verschiedener Unternehmensfunktionen innerhalb Europas und nach Asien. Erstmals wurde dabei der Umfang dieser heute alltäglichen Umstrukturierungen abgeschätzt. Ursula Huws war in dieser Zeit Mitglied des Institute for Employment Studies in Brighton.

Ein späteres, umfangreiches europäisches Forschungsprojekt, „Work Organisation and Restructuring in the Knowledge Society“ (Works), 2005 bis 2009 von Monique Ramioul in Belgien koordiniert, in Österreich, wie auch „Emergence“, von Forba, Wien durchgeführt, war wiederum stark von Ursula Huws geprägt, die zu der Zeit an der London Metropolitan University arbeitete. Auf Basis dieser empirischen Erhebungen setzte sich generell die Einsicht durch, dass nicht nur die Produktion von Bekleidung, Elektronikartikeln oder Automobilen, sondern auch die Informationsarbeit zunehmend in teils globalen Wertschöpfungsketten organisiert wird.

Im Rahmen des Works-Projekts startete Ursula Huws als Herausgeberin im Jahr 2006 die einflussreiche wissenschaftliche Zeitschrift *Work Organisation, Labour and Globalisation*. Dieses Journal füllte eine Lücke und bot der interdisziplinären wissenschaftlichen Debatte über die neue Verteilung der Arbeit über den Globus auf Basis neuer Informations- und Kommunikationstechnologien eine Heimat. In diesem Zusammenhang prägte Ursula Huws den Begriff „Cybertariat“. Sie beschreibt damit die Änderungen in der Zusammensetzung und den Lebens- und Arbeitsbedingungen der Arbeiterklasse, die sich aus der intensiven Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien ergeben. Dabei geht es nicht nur um neue Beschäftigungsformen, sondern auch um Spaltungen nach Ethnizität und Geschlecht, Gefahren der Vereinzelung und Chancen des kollektiven Handelns.

In diesem und in anderen Arbeiten ist es Ursula Huws immer gelungen, wichtige Themen in größere Zusammenhänge einzu-

betten. So forderte sie in der Debatte über Prekarisierung der Arbeit dazu auf, nicht nur zu diskutieren, wie sich Normalarbeit in vielen europäischen Ländern in den letzten Jahrzehnten gewandelt habe. Vielmehr sollte anerkannt werden, dass für die Mehrheit der Frauen und der Arbeitenden in den Ländern des globalen Südens Prekarität immer die normale Arbeits- und Lebensform im Kapitalismus war. Damit verschiebt sich die Perspektive auf die Frage, wie es bestimmten Gruppen von Arbeitenden in gewissen historischen Epochen gelungen ist, sich so zu organisieren, dass sie Einkommenssicherheit und Beschäftigungsstabilität erreichen konnten.

Im Jahr 2011 wurde Ursula Huws Professor of Labour and Globalisation an der University of Hertfordshire. Von hier aus initiierte sie eine europäische Cost Action über „Dynamics of Virtual Work“, in der von 2012 bis 2016 aktuelle Trends digitaler Arbeit analysiert und diskutiert wurden. Dabei geht es um die Folgen der Digitalisierung für die internationale Arbeitsteilung ebenso wie um vollkommen neue Formen von „virtueller“, bezahlter oder unbezahlter Arbeit. Die Verbindung zur Konsumsphäre und den sozialen Medien zeigt auf, wie sich nicht nur Erwerbsarbeit, sondern auch das Privatleben teils grundlegend verändern.

In ihren jüngeren Arbeiten, z.B. in dem Buch „Labor in the Global Digital Economy: The Cybertariat Comes of Age“, verbindet sich die Analyse der Arbeit im Kontext technologischer Neuerungen mit Einsichten in die Entwicklung des Kapitalismus. Internet und fortgeschrittene Informations- und Kommunikationstechnologien haben, so ihre These, der Kapitalakkumulation neue Bereiche erschlossen. Dies betrifft Kultur und Kunst ebenso wie einzelne Bereiche des öffentlichen Dienstes oder die Kommodifizierung der Geselligkeit durch Facebook und Co. Damit schafft sie nicht nur Grundlagen für die Untersuchung digitaler Arbeit, sondern zeigt auch auf, wie kreative Berufe, Wissensarbeit, Selbstbedienung durch Konsumentinnen und die Nutzung sozialer Medien im Begriff sind, zu Kernbereichen des globalen Kapitalismus des 21. Jahrhunderts zu werden.

Die aktuelle Debatte über digitale Arbeit wäre ohne die feministischen und marxistischen Arbeiten von Ursula Huws um viele Einsichten ärmer. Die widersprüchlichen Entwicklungen der Arbeit, teils enge Standardisierung und Degradierung von Arbeit, teils Ausweitung der Spielräume für kreative Beiträge und Teamarbeit, stellt sie in den weiteren Kontext der Entwicklung des Kapitalismus. Dass Huws seit den 1970er-Jahren mehrere Technologieschübe miterlebte und mehrere Debatten über die Zukunft der Arbeit mitgestaltete, gibt ihren aktuellen Einschätzungen dabei die nötige Prise Abgeklärtheit. 



Michael Hudson – Schulden sind zum Streichen da

Der amerikanische Wirtschaftsprofessor Michael Hudson sagte schon 2006 präzise das Platzen der Immobilienblase voraus. Und zwar in Wort und Bild, in einem Artikel in *Harpers Bazaar* und dem Film „In Debt We Trust: America Before the Bubble Bursts“ (Regie: Danny Schechter, USA 2006). Hudson gilt heute als einer der Köpfe der Occupy-Wall-Street-Bewegung. Außerdem inspirierte Hudson das vielgelesene Buch „Schulden“ von David Graber, der bei Hudson studierte.

Im Dezember 2011, vor fast genau vier Jahren, tauchte im Feuilleton der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* ein Artikel von Michael Hudson auf. Der zu früh verstorbene FAZ-Feuilletonchef Frank Schirrmacher hatte begonnen, den Zusammenhang zwischen digitaler Kolonisierung und Neoliberalismus zu sehen, und gab in der FAZ kritischen Stimmen Raum, die man in dieser Zeitung aufs Erste nicht vermutet hätte, wie eben Michael Hudson. Prompt drückten Leser ihr Befremden darüber aus, dass hier einer behauptete: „Bankenrettungen führen in die Oligarchie“ oder „Der Finanzsektor treibt eine neue Art der Kriegsführung“.

Hudson wäre auch eine Galionsfigur der Linken, aber er macht sich nicht besonders wichtig. In Hudsons Elternhaus in den USA gingen Trotzlisten aus und ein. Sie hatten es nicht leicht unter Präsident Roosevelt, denn der schloss während des Zweiten Weltkriegs mit Stalin einen Pakt, behauptet Hudson in seinem neuen Buch „Killing the Host“. Über die Schattenseiten des New Deal ist bei uns wenig bekannt; auch nicht die Kompromisse, die Roosevelt mit rassistischen demokratischen Senatoren aus dem Süden schließen musste, um seine Reformen durch Kongress und Senat zu bekommen.

Anlass, dieses Porträt in leicht erweiterter Fassung zu bringen (eine Vorform erschien bereits in *Ökonomie* 2/2915) ist das angekündigte Erscheinen von Hudsons Buch auf Deutsch. Zuerst war der Titel mit „Der Krieg der Banken gegen die Welt“ angekündigt; der englische Titel mag auf Deutsch verärglich klingen, spielt er doch auf das Verhältnis des Parasiten mit seinem Wirt („Host“) an. Dieses Verhältnis, das wird oft übersehen, ist andererseits symbiotisch: Stirbt der Wirt, stirbt auch der Parasit. Aber auch beim Bankentitel bleibt der Verlag nicht; das Buch wird jetzt angekündigt als „Der Sektor. Warum die globale Finanzwirtschaft uns zerstört“ und soll in diesem Herbst endlich auf Deutsch erscheinen.

Zurück zu Hudsons Jugend. Roosevelt sollte während des Zweiten Weltkriegs amerikanische Trotzlisten verfolgen, im Gegenzug würde Stalin amerikanische Kommunisten von in Kriegszeiten fatalen Streiks abhalten, berichtet Hudson. „Es hingen auch viele Genossen bei uns zu Hause he-

Michael Hudson ist ein bei uns wenig bekannter, aber umso schärferer ökonomischer Denker

PORTRÄT:
ARMIN THURNHER

Zur Person

Michael Hudson, geboren 1939, lehrt Wirtschaftswissenschaften an der University of Missouri in Kansas City; daneben ist er Finanzanalyst und Berater an der Wall Street. Er gehört zu dem Teil der Occupy-Bewegung, der sich aus Finanzexperten und Ökonomie-Professoren zusammensetzt. Er beriet die lettische, die griechische und die chinesische Regierung. www.michael-hudson.com



Im Herbst erscheint Michael Hudsons Buch „Der Sektor. Warum die globale Finanzwirtschaft uns zerstört“ bei Klett-Cotta

rum, Exilanten aus Russland und Europa, auch solche, die noch Karl Liebknecht und Rosa Luxemburg gekannt hatten. Die habe ich als Kind sehr bewundert und mir vorgenommen, später auch mal die ‚Universität der Revolution‘ zu besuchen, also ins Gefängnis zu gehen. Das ist mir, wie ich zu meiner Schande gestehen muss, aber noch nicht gelungen. Leo Trotzki war mein Taufpate. Der Eispickel, mit dem er ermordet wurde, gehörte übrigens meiner Tante“, erzählte er der FAZ. Mehr über seine faszinierende Vita steht im ersten Kapitel seines Buchs.

Hudson arbeitet nach dem Wirtschaftstudium bei einer Wall-Street-Bank, wie er ebenfalls berichtet. In der statistischen Abteilung der Chase Manhattan Bank lernte er alles über Verschuldung südamerikanischer Staaten und über die Praktiken der Ölindustrie, deren Tanker und Flaggen von Liberia und Panama segelten, um den Eindruck zu erwecken, es gäbe keine Profite, also wären keine Steuern zu zahlen. Hudson verfertigte Studien über kriminelles Fluchtgeld, das zur Finanzierung des US-Defizits benötigt wurde. Er wies nach, dass das amerikanische Zahlungsdefizit der 1960er-Jahre rein militärisch bedingt war, der private Sektor ausgeglichen und „Auslandhilfe“ sogar Geld brachte.

Nach einem Vortrag über solche Themen an der traditionell linken New Yorker New School of Social Research wurde Hudson vom Fleck weg als Professor engagiert. „Da ich nie ökonomische Theorie studiert hatte, sagte ich zu, denn ich dachte, das wäre der beste Weg, etwas darüber zu lernen.“ Aber bald betrachtete man an der New School Hudsons Thesen, die Drittweltländer würden nicht mehr imstande sein, ihre Schulden zu bezahlen, und seinen Fokus auf den finanziellen Gemeinkosten als Ablenkung von der klassischen Form der Ausbeutung durch Lohnarbeit.

Hudsons Wall-Street-Freunde vermittelten ihm einen Job als Mitarbeiter des berühmten Kybernetikers und Zukunftsforschers Hermann Kahn. Kahn war übrigens das Vorbild von Dr. Seltsam in Stanley Kubricks Film „Dr. Seltsam oder: Wie ich lernte, die Bombe zu lieben“. Bei Kahn klärte er im Auftrag des US-Verteidigungsministeriums, wie genau es funktioniert, dass andere Länder die US-Militärausgaben zahlen, ob sie wollen oder nicht. Als sich Hudson von Kahn trennte, behielt er viele seiner Kunden. Mit erfreulichen Folgen: Von den Beratungshonoraren „konnte ich mir eine Sammlung tibetanischer Kunst kaufen und Immobilien, was es mir ermöglicht, unabhängig zu bleiben und mich dem Schreiben zu widmen“.

Da sich „die Linke weniger für meine Kapitalstromanalysen interessierte als die Wall Street“, gründete er auch einen Newsletter. Nebenbei beschäftigte er sich mit der Schuldenproblematik, befasste sich mit de-

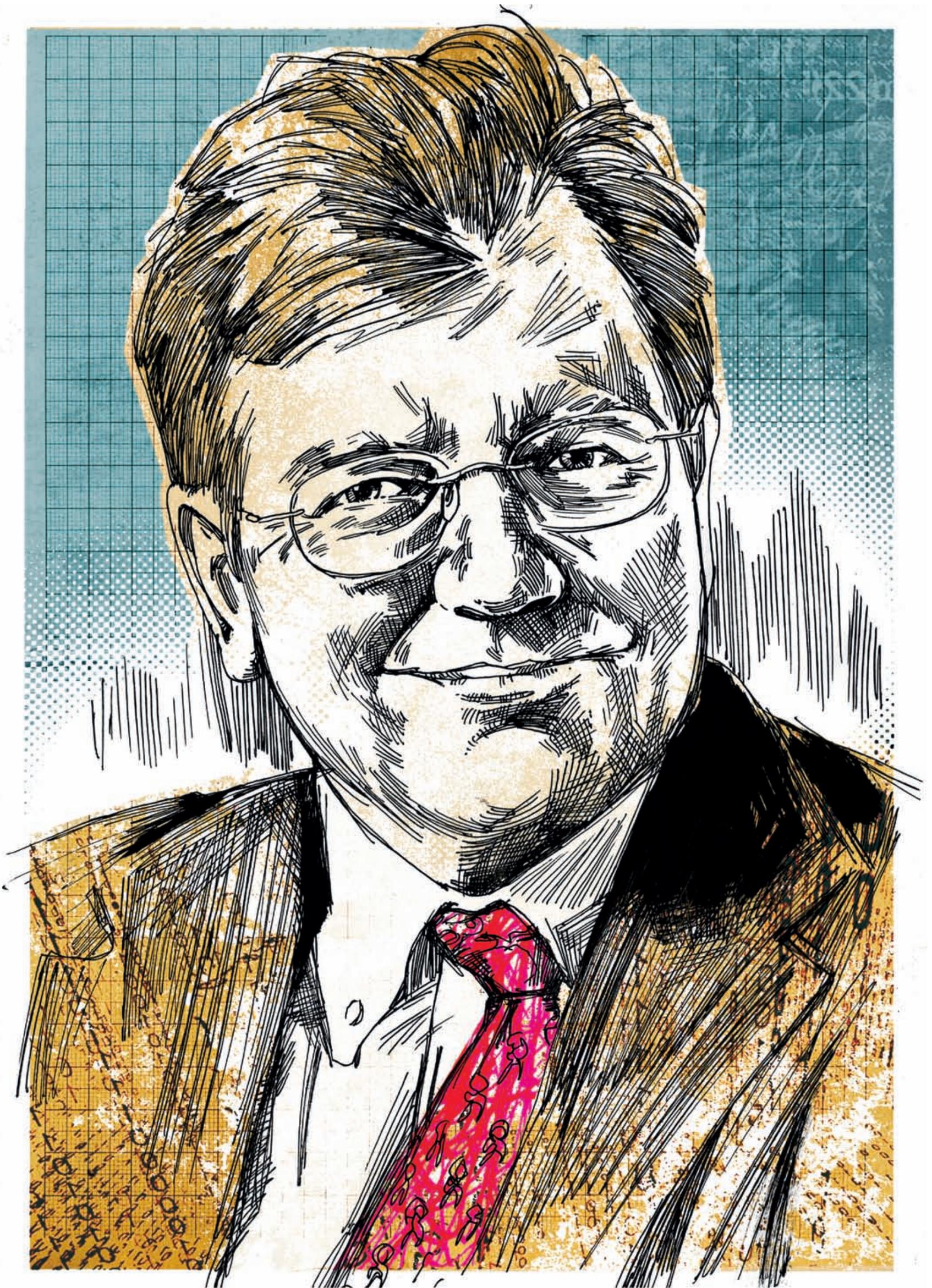
ren systematisch nicht erforschter Geschichte. Er wurde Research Fellow im archäologischen und anthropologischen Institut von Harvard. Seine Entdeckung: Nicht Individuen, sondern Institutionen waren die ersten Kreditgeber, nämlich die Tempel und Paläste des bronzezeitlichen Mesopotamien. Hudson entdeckte die Tradition des Schuldenerlasses, des sauberen Schnittes, schon in der Bibel (berühmt ist der Schuldenschnitt Solons, der das demokratische Athen erst ermöglichte).

Die passende ökonomische Theorie entwickelt in den 1990er-Jahren Hyman Minsky an der Universität von Missouri in Kansas City. In Kansas City lehrt längst auch Hudson (dort befand sich übrigens auch das Zentrum jener Ökonomen, die das Wirtschaftskonzept für den linken demokratischen Senator und Präsidentschaftskandidaten Bernie Sanders entwarfen). Das Ziel seiner Lehre definiert Hudson so: „Zu zeigen, wie Arbeitslosigkeit vermieden werden kann und wie man den riesigen Transfer von Eigentum von Schuldnern an Gläubiger vermeidet, der die heutige Wirtschaft zerstört.“ Die Kreditwirtschaft agiert, sagt Hudson, zunehmend räuberisch und extrahierend statt ermöglichend und finanzierend.

Hudson ist aber nicht nur Autor und Universitätsprofessor, er publiziert seine Analysen und Polemiken auf Youtube, über alternative TV- und Radiostationen und auf der linken Website Counterpunch. Er beriet und berät Regierungen, unter anderem die lettische, die griechische und die chinesische. Stolz meldet Hudson, dass ihn die chinesische Regierung zum permanenten Gastprofessor der marxistischen Schule an der Universität Peking ernannte.

Schulden sind ein Problem, so alt wie die Menschheit, wie Hudson zeigt. Und anhand seines enormen historischen, ja archäologischen Wissens führt er vor, dass es, solange es Schulden gibt, auch Schuldenerlässe gibt, ja geben muss. Die Verschuldung hat die Tendenz, ungebremst zu wachsen, und muss deshalb von Zeit zu Zeit eingehegt oder ganz gestrichen werden. „Es gibt nur zwei Möglichkeiten: Entweder bringen wir die Verschuldung auf ein Maß, das die Schuldner bezahlen können, indem wir Schulden streichen; oder die Kreditgeber stellen fällig und machen das Eigentum der Schuldner zu ihrem.“

Paul Craig Roberts, stellvertretender Ex-Finanzminister unter Ronald Reagan, sagt lapidar: „Michael Hudson ist der beste Ökonom der Welt. Tatsächlich möchte ich beinahe sagen, er ist der einzige Ökonom. Fast der ganze Rest sind Neoliberale, das sind keine Ökonomen, sondern Propagandisten für finanzielle Interessen.“ Arg zugespitzt, gewiss, aber die deutsche Ausgabe seines Buchs sollte Michael Hudson auch bei uns die verdiente Aufmerksamkeit einbringen.



Ein Kind des Roten Wien. Jenseits der liberalen Illusion

Kari Polanyi Levitt ist ein Kind des Roten Wien. 1923 in Wien geboren, waren ihre ersten Lebensjahre für sie ebenso prägend wie für ihre Eltern Karl Polanyi (1886–1964) und Ilona Duczynska (1897–1978). Kari genoss die modernen Unterrichtsmethoden und Freizeitmöglichkeiten, während Karl und Ilona aktiv am kreativen und politisch engagierten intellektuellen und künstlerischen Leben teilnahmen. Mit vielen Maßnahmen, vom Säuglingspaket über Schwimmbäder bis zu den Gemeindebauten, wurden in einer tief gespaltenen Stadt aus Arbeitern Bürger. Wenn Karl Polanyi später von der notwendigen Einbettung der Ökonomie in die Gesellschaft sprach, hatte er immer auch die Wiener Erfahrungen im Kopf.

Nach dem Tod Ilona Duczynskas ging das literarische Werk Karl Polanyis an seine Tochter Kari über, die 1987 Mitbegründerin des Karl Polanyi Institutes an der Concordia Universität in Montreal wurde. Durchaus erfolgreich versucht sie, das Denken ihres Vaters für das Verständnis der aktuellen Umbruchszeit nutzbar zu machen.

Während der Vater zeigte, wie der Marktfundamentalismus Anfang des 20. Jahrhunderts in die Katastrophen von Wirtschaftskrise und Faschismus mündete, so sieht die Tochter in der aktuellen neoliberalen Globalisierung eine drohende Wiederholung der Geschichte. Und so wie heute Finanzkrisen, Klimawandel und Massenarbeitslosigkeit mit dem Aufstieg unterschiedlicher rechter und rechtsextremer Bewegungen einhergehen, so sah der Vater Faschismus und Krieg nicht als irrationale Verirrungen, sondern als systemische Folge der „Utopie selbstregulierender Märkte“.

Es ist die tiefe Überzeugung von Vater und Tochter Polanyi, dass Weltoffenheit und Liberalität durch Freihandel und entgrenzte Finanzmärkte nicht gefördert, sondern untergraben werden. Und umgekehrt führten gerade die sozialstaatlichen, gegen den heftigen Widerstand von Liberalen wie Friedrich Hayek durchgesetzten Innovationen des Roten Wien zu einem „der aufsehenerregendsten kulturellen Triumphe in der Geschichte des Westens“ – wie Karl 1944 in seinem Hauptwerk „Die große Transformation“ betonte.

Wie der Vater in einem Brief an seine Tochter festhielt, wollte er „Die große Transformation“ ursprünglich „Die liberale Utopie“ nennen, um den religiös-utopischen Eifer zu benennen, mit dem die Krise in den 1930er-Jahren durch immer mehr desselben zu lösen versucht wurde. Fast skurril zu lesen ist, wie Karl 1944 die wirtschaftsliberale Strategie der Zwischenkriegszeit beschreibt und wie sie jener der aktuellen Protagonisten der neoliberalen Globalisierung ähnelt. Es reicht, „Genf“ – damit ist der in Genf ansässige Völkerbund gemeint – durch „Troika“ zu ersetzen, und wir sind in der jüngs-

Kari Polanyi-Levitt will wie ihr Vater Karl Räume für menschliche Autonomie zurückgewinnen

PORTRÄT:
ANDREAS NOVY

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

Zur Person

Zu Leben und Werk von Kari Polanyi Levitt

1923 in Wien geboren, im Roten Wien aufgewachsen, emigrierte 1933 mit der Familie nach England. Ausbildung zur Ökonomin an der London School of Economics, wanderte 1947 nach Kanada aus, lehrte an der McGill University Toronto und widmete sich neben eigenen Publikationen dem Vermächtnis ihres Vaters Karl Polanyi

Zum Karl Polanyi Institute of Political Economy
www.concordia.ca/research/polanyi.html

Zum Autor

Andreas Novy ist. Universitätsprofessor am Institut für Regional- und Umweltwirtschaft an der WU

ten Vergangenheit: „Die Erfolge von Genf waren auf ihre Art bemerkenswert. Der Versuch war so geschickt, anhaltend und zielbewusst ins Werk gesetzt worden, dass das Ziel sicherlich erreicht worden wäre, wäre es nicht von vornherein undurchführbar gewesen.“

Die Doktrin lautete, „freie Wirtschaft unter einer starken Regierung“, denn die „Regierungen mussten intervenieren, um die Preise von Monopolwaren zu senken, ausgehandelte Lohntarife zu drücken und Renten zu beschneiden“. So Polanyis Befund der Politik der 1930er-Jahre, die den Nährboden für Autoritarismus darstellte, der fast den gesamten Kontinent erfasste. Hilft uns ein Blick in die Vergangenheit, um den aktuellen Aufstieg antiliberale Bewegungen wie Frankreichs Front National oder Österreichs FPÖ zu verstehen?

Für Karl Polanyi ist die Vorstellung, Märkte wirkten selbstregulierend, eine große Illusion mit katastrophalen Folgen. Seine Kritik an der vorherrschenden Form ökonomischen Denkens: die dominante neoklassische Theorie reduziere Wirtschaften auf Optimierung, postuliere Märkte als natürlich und denunziere soziale und politische Eingriffe als künstlich.

Doch Laissez-faire und Marktfundamentalismus funktionieren nicht ohne Regeln, sie brauchen einen starken Staat oder andere Formen, individuelle Freiheiten zu beschneiden. Die Verherrlichung von Freiheit mündet so tragischerweise in Autoritarismus. Die Unterstützung des ultraliberalen Hayek für die chilenische Militärdiktatur unter General Pinochet ist nur ein Beispiel für die Ideologie von „freier Wirtschaft unter einer starken Regierung“.

Hingegen verstehen sozioökonomische Ansätze, mit denen die Polanyis sympathisieren, Wirtschaft als die Organisation der Lebensgrundlagen: Wirtschaft sei immer in Gesellschaft und Natur eingebettet, Wirtschaftstheorie müsse daher interdisziplinär und pluralistisch arbeiten.

Aus den Verwerfungen der 1930er-Jahre zog Karl die Lehre, dass kapitalistische Marktwirtschaften nicht dauerhaft mit Demokratie und Sozialstaat vereinbar seien: Kapitalismus sei auf Entgrenzung, Expansion, Wachstum ausgelegt und tendiere dazu, Menschen zu entwurzeln und ganze Gesellschaften zu zerstören.

Die Ursache dieser kulturellen Entwurzelung, des Verlusts von Heimat, sieht Karl darin, dass Arbeit, Land und Geld zu handelbaren Waren wurden. Alle drei sind bloß fiktive Waren, die nicht für den Zweck des Verkaufs produziert werden: Arbeit wird „produziert“, weil Menschen Kinder haben und auf diese Weise neue Arbeitskräfte in die Welt setzen, Land existiert ohne Zutun der Menschen und Geld ist an sich keine Ware, sondern eben jenes Tauschmittel, das Wa-

renhandel ermöglicht. Wenn Arbeitskräfte rechtlos ausgebeutet werden, mit Biodiversität gehandelt wird und vor allem, wenn die Kaufkraft von Geld den Launen von Spekulanten ausgesetzt ist, dann ist Unsicherheit und Machtlosigkeit kein Gefühl, sondern Wirklichkeit.

Es ist die liberale Illusion, so eine Marktgemeinschaft könne dauerhaft Bestand haben. Gegenbewegungen zu dieser Entwurzelung sind aber unvermeidbar. Deshalb waren nach der Niederlage des Faschismus und dem Ende des Zweiten Weltkriegs Wirtschaftsliberalismus und Laissez-faire vollkommen diskreditiert. Polanyi wie auch sein Zeitgenosse Keynes teilten mit der Mehrheit der Bevölkerung die Überzeugung, freier Welthandel und insbesondere globale Finanzmärkte würden die Konkurrenz unter Nationen erhöhen und Kriege wahrscheinlicher machen.

So sah Karl Polanyi 1945 die Chance, durch „regionale Planung“ mit vielfältigen Formen gemischter Ökonomie zu experimentieren. Vorbilder waren ihm dabei gleichermaßen Roosevelts New Deal wie die großen Wohlfahrtsreformen in England, mit denen Gesundheit, Bildung und Altersvorsorge für alle ein würdiges Leben ermöglichen sollten. Demokratische und sozialstaatliche Gestaltung wurde möglich in einem weltwirtschaftlichen Rahmen, der Kapitalverkehr streng kontrollierte und so Spekulation, Auslandsverschuldung und Direktinvestitionen einschränkte. Die Antwort auf den gescheiterten Marktfundamentalismus war nach 1945 eine emanzipatorische Gegenbewegung.

Doch in den letzten Jahrzehnten kehrte der Marktfundamentalismus im Gewand des Neoliberalismus zurück. In Kanada analysierte Kari mit Sorge das Wachstum ausländischer Direktinvestitionen. In Österreich zeigt das aktuelle Schicksal der Bank Austria und vermutlich bald auch das der Telekom, wozu der Verlust nationaler Einflussmöglichkeiten durch freien Kapitalverkehr führen kann.

Bis heute sieht Kari deshalb die Notwendigkeit, politische Handlungsspielräume in emanzipatorischer Absicht zurückzugewinnen, kurzum mehr demokratischer Selbstbestimmung vor Ort und einer klaren Trennung von wirtschaftlicher und politischer Macht. Denn nicht nur die antiliberale Gegenbewegungen von rechts, sondern auch die vermeintlich weltoffene Ideologie der Marktfundamentalisten gefährden Demokratie und Sozialstaat.

Dies ist der radikale, aus historischer Erfahrung gewonnene Kern ihres Denkens. Gerade als Weltbürger setzen die Polanyis zwar auf verstärkte politische Zusammenarbeit für Frieden und soziale Entwicklung weltweit, aber eben auch auf selektive und koordinierte wirtschaftliche Deglobalisierung.



Branko Milanović: der Kosmopolit der Verteilungsforschung

Kaum jemand hat das Phänomen weltweiter **Ungleichheit** so umfassend erforscht wie er

PORTRÄT:
MATTHIAS SCHNETZER

Ein gutes Gespür für relevante Forschung kann man Branko Milanović nicht absprechen. Bereits ein halbes Jahr bevor Thomas Pikettys Verteilungswälzer „Das Kapital im 21. Jahrhundert“ in englischer Sprache erschien und zum Bestseller wurde, hatte Milanović schon die erste Rezension verfasst. Darin bezeichnete er das Buch als Wendepunkt im ökonomischen Denken – und er sollte recht behalten. 2016 hat Milanović seine eigene jahrelange Forschung zu globaler Ungleichheit in Buchform veröffentlicht. Piketty erwiderte die Anerkennung, indem er die Neuveröffentlichung des serbisch-amerikanischen Ökonomen, „Global Inequality“, als Pflichtlektüre anpries.

Auch die Würdigungen von Nobelpreisträgern wie Angus Deaton und Joseph Stiglitz belegen den Respekt, den Milanović in der wissenschaftlichen Gemeinschaft genießt. Dieses Ansehen beruht auf gut drei Jahrzehnten Forschung zu den Themen Ungleichheit und Armut, deren Ausgangspunkt eine Dissertation über Einkommensungleichheit in Jugoslawien war. An die 40 Publikationen zur weltweiten Ungleichheit entstanden während seiner Zeit als leitender Ökonom in der Forschungsabteilung der Weltbank zwischen 1991 und 2013. Nach dieser Zeit dockte Milanović als Professor am Graduate Center der City University of New York sowie als Forscher am renommierten Luxembourg Income Study Center an.

Milanović hat wie zahlreiche andere Fachkollegen vom zunehmenden Interesse an Verteilungsfragen nach dem Ausbruch der globalen Wirtschaftskrise profitiert. Davor war die Verteilung von Einkommen und Vermögen das Interessensgebiet einer überschaubaren Forschergemeinschaft, während der Großteil der Fachwelt von Ungleichheit nichts wissen wollte. Obwohl die Erfolge der Weltbank in der Armuts- und Ungleichheitsbekämpfung umstritten sind, so bot sie doch Platz für Forschung zu Verteilungsfragen. Nicht zuletzt haben sich neben Milanović auch andere ehemalige Weltbank-Ökonomen wie Martin Ravallion oder François Bourguignon mit Ungleichheitsforschung einen Namen gemacht.

Für seine Untersuchungen hat Milanović einen immensen Aufwand betrieben. Aus etwa 120 Ländern sammelte er mehr als 600 Haushaltserhebungen zu Einkommen, führte sie kaufkraftbereinigt zusammen. Damit decken seine Daten über 90 Prozent der Weltbevölkerung für den Zeitraum 1988 bis 2011 ab und ermöglichen die Betrachtung einer globalen Einkommensverteilung von den ärmsten bis zu den reichsten Personen. Wenn man die weltweite Einkommensskala grob geografisch einteilt, dann repräsentiert der untere Rand hauptsächlich die Bevölkerung in afrikanischen Ländern, während in der Mitte der Verteilung die entstehende Mittelschicht vor allem aus China,



Der serbisch-amerikanische Ökonom Branko Milanović publizierte 40 Studien zum Thema Ungleichheit

Matthias Schnetzer ist Referent in der wirtschaftswissenschaftlichen Abteilung der AK Wien und Lektor an der WU Wien

Indien oder Indonesien zu finden ist. Die oberen 20 Prozent der globalen Verteilung stellt hauptsächlich die Bevölkerung der Industriestaaten Europas und Nordamerikas. Im reichsten Prozent stammt die Hälfte der Personen aus den USA, dazu kommen die Bestverdiener aus Westeuropa und die Reichsten aus Russland oder Brasilien.

Milanović zeigt, dass die Einkommenszuwächse zwischen 1988 und 2011 an unterschiedlichen Stellen der globalen Einkommensverteilung sehr ungleich waren. Besonders kräftige Einkommenszuwächse gab es in der Mitte der Verteilung, also für die Mittelschicht in den Schwellenländern, die ihre Einkommen in diesem Zeitraum verdoppelte. Einen starken Anstieg beobachtet Milanović auch ganz oben bei den weltweiten Spitzenverdienern, die er als globale Plutokraten bezeichnet. Nahezu stagnierende Einkommen verzeichneten hingegen die Ärmsten im globalen Süden sowie die Mittelschicht in den Industrieländern. Für die Weltwirtschaft war diese Entwicklung Fluch

und Segen zugleich. Einerseits heizten die Einkommenszuwächse in den Schwellenländern die Konjunktur kräftig an. Andererseits war die schwache Einkommensentwicklung für die Mittelschicht in den Industrieländern ein Bremsklotz für die Konsumlaune und ein Grund für die steigende Haushaltsverschuldung. Zudem verschärften die beachtlichen Einkommensanstiege bei den Reichsten die Ungleichheit innerhalb Westeuropas und den USA.

Die Hauptbotschaft von Branko Milanović klingt dennoch ermutigend: Die globale Ungleichheit zwischen den Staaten geht zurück. Bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts bewegten sich die Durchschnittseinkommen der einzelnen Nationen auseinander, durch den Aufstieg der Mittelschicht in den Schwellenländern wächst die Welt wieder etwas zusammen, argumentiert Milanović. Allerdings sieht er nicht nur positive Faktoren für den Rück-



Auch wenn die Mittelschichten in den Industrieländern verlieren, ist die Welt doch ein gerechterer Ort geworden

BRANKO MILANOVIĆ

gang der Ungleichheit, etwa steigende Bildungsniveaus und den Ausbau von Wohlfahrtsstaaten, sondern auch negative Einflüsse wie Kriege und Krisen. Letztere seien aber keine historischen Zufälle, sondern ein Resultat der hohen Ungleichheit, betont der Ökonom.

Mit politischen Schlussfolgerungen aus seinen Forschungsergebnissen hält sich Milanović nicht zurück. In zahlreichen Interviews führt er aus, dass die Welt heute ein gerechterer Ort sei als früher, auch wenn die Mittelschichten in den Industrieländern keine Gewinner der Globalisierung seien. Man müsse das kosmopolitisch sehen. Für die Menschen in armen Ländern hat Milanović noch einen Ratschlag: Auswandern. Denn 80 Prozent des Einkommens werde durch die Staatsangehörigkeit und das Einkommen der Eltern bestimmt. Wenn die besseren Einkommensmöglichkeiten in reichen Ländern zu Migrationsbewegungen führen, drohe allerdings die Gefahr, dass die Herkunftsländer weiter verarmen, weil oft die am besten ausgebildeten und wohlhabendsten Menschen abwandern. Große Hoffnungen, dass die Welt in den kommenden Jahren durch Globalisierung näher zusammenwächst und die weltweite Verteilung ausgeglichener wird, macht Milanović seinen Lesern dann eben doch nicht.

Anat R. Admati und die Finanzmarktregulierung

Die Stanford-Ökonomin zeigt die **dramatische Fragilität** des Finanzsektors, und warum man an dessen Regulierung scheitert

Anat Admati, Professorin für Finanzierung und Volkswirtschaft an der Graduate School of Business in Stanford ist die Koryphäe der Finanzmarktregulierung. Seit der Jahrtausendwende beschäftigt sie sich mit der Fragilität des Finanzsektors und dem Scheitern an der Implementierung von Regulierungsvorschriften, die ein krisenfesteres Finanzsystem ermöglichen würden. 2014 wurde sie vom *Time Magazine* in die Liste der 100 einflussreichsten Personen aufgenommen.

Im Zentrum von Admatis Kritik steht die hohe Verschuldung der Banken, die nach aktueller Regulierung durch Basel III das 30-fache des Eigenkapitals betragen darf. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von nur drei Prozent. Hingegen fordert Admati in ihrem 2013 erschienenen und viel rezipierten Werk „Bankers’ New Clothes“, das sie gemeinsam mit Martin Hellwig, dem Direktor des Max Planck Instituts für Forschung zu kollektiven Gütern verfasste, eine Eigenkapitalquote von 20 bis 30 Prozent, um das Bankensystem dauerhaft zu stabilisieren.

Ebenso sieht sie die Ausweitung des öffentlichen Sicherheitsnetzes in Form von expliziten und impliziten Garantien etwa durch rechtlich bindende Einlagensicherung und unverbindliche staatliche Bankenrettung als grundlegende Determinanten der Instabilität des Finanzsystems. So können sich die Institute trotz hoher Verschuldung

PORTRÄT:
EMANUEL LIST,
DANIEL RIEGLER



Anat R. Admati:
Banken lassen
sich ihre Schulden
subventionieren

(und Risikobereitschaft) zu günstigen Konditionen bei ihren GeldgeberInnen, die den Einsatz dieser Garantien antizipieren, weiter verschulden. Es handelt sich somit um eine Subvention der Schuldenfinanzierung besonders für große Banken.

Dazu kommt der hohe Grad an Vernetzungen zwischen Banken und Nicht-Banken, vor allem anderen finanziellen Unternehmen, die dem intransparenten und wenig regulierten Schattenbanksektor zuzuordnen sind. Dies führt zu Ansteckungseffekten, zu Panikverkäufen von Assets und drastischen Kursschwankungen. Admati be-

schränkt ihre Analyse nicht auf wirtschaftliche Wirkungsmechanismen, sondern macht den politischen Diskurs der Regulierung zum zentralen Bestandteil ihrer Arbeit. Dabei kritisiert sie das bewusste Lancieren von falschen Aussagen („flawed claims“) durch Banken und deren finanzstarke Lobbys, wie beispielsweise die Behauptung, höhere Eigenkapitalquoten würden zwingend zu geringerer Kreditvergabe und höheren gesamtwirtschaftlichen Kosten führen.

Die Politik gibt diesen Behauptungen dennoch oft nach, um die guten Beziehungen zur Bankbranche und deren umfangreiche Wahlkampfspenden nicht zu gefährden. Admati konstatiert eine Vereinnahmung der ReguliererInnen durch die Regulierten („regulatory capture“), da die Tätigkeit der Ersteren umfangreiche Sachkompetenz erfordert und somit oftmals Beschäftigte der Bankinstitute eingestellt werden, die später wieder in den lukrativeren Sektor zurückkehren wollen und folglich nur einen begrenzten Anreiz haben, für striktere Vorschriften zu plädieren.

Ergo greift nach Admati die Regulierung auch nach der Krise zu kurz, da die Risiken des Finanzsektors weiterhin die Realwirtschaft und die gesamte Gesellschaft gefährden. Deswegen bietet sie in ihrem bereits angesprochenen Hauptwerk, neben einer tiefen Analyse, auch Lösungsprinzipien für ein der Gesellschaft dienendes Finanzsystem an.

Emanuel List und
Daniel Riegler studieren
Volkswirtschaft im Master-
programm der WU Wien

Heinz Kurz, ökonomischer Geschichtsdenkmal

Der Gründer des Grazer Schumpeter-Centers hat auch Werke verfasst, die einem **breiten Publikum** zugänglich sind

Heinz D. Kurz wird 1946 in Bayern geboren und stammt mütterlicherseits vom Wildschütz Georg Jennerwein ab. Dies erklärt vielleicht auch sein rebellisches Wesen, das sich auch darin zeigt, dass er nicht dem neoklassischen „Mainstream“ seines Faches angehört. Schon in seiner Studienzeit in München interessiert er sich für klassische politische Ökonomie, für Adam Smith, David Ricardo und deren Kritiker Karl Marx.

Die Lektüre von Werken Piero Sraffas (einem engen Freund Ludwig Wittgensteins) zeigt, dass es eine schlüssige Fassung des klassischen Ansatzes gibt. Dieser unterscheidet sich grundlegend vom vorherrschenden neoklassischen und räumt wirtschaftlicher Macht eine bedeutende Rolle in der Erklärung insbesondere der Einkommens- und Vermögensverteilung ein.

1975 promoviert Kurz an der Universität Kiel mit einer preisgekrönten Arbeit. Als Stipendiat der British Academy ist er 1977–1978 Visiting Fellow an der Universität Cambridge, wo er Sraffa begegnet. 1979 wird er Professor in Bremen, 1985 lehrt er an der New School for Social Research in New York, ab 1988 in Graz, 1990–1991 hat er eine Theodor-Heuss-Professur an der New School inne.

In Graz gründet er die „Graz Schumpeter Lectures“ und das Graz Schumpeter Centre (GSC), dessen Leiter er bis 2015 ist. Er ist Gastprofessor an zahlreichen Universitäten weltweit und erhält mehrere Auszeichnun-

PORTRÄT:
HARALD HAGEMANN

gen (u.a. der Österreichischen Akademie der Wissenschaften; die Universität Nanjing verleiht ihm eine Ehrenprofessur). Kurz ist Mitbegründer der Keynes-Gesellschaft und Ehrenpräsident der European Society for the History of Economic Thought.

Er ist Mitherausgeber von Fachzeitschriften und publiziert bei Cambridge University Press den wissenschaftlichen Nachlass Sraffas. Als sein Hauptwerk sieht er die mit Neri Salvadori (Pisa) verfasste *Theory of Production* (Cambridge UP; Übersetzungen ins Russische und Chinesische) an. Seine Hauptarbeitsgebiete sind die Wirt-

schaftstheorie und Theoriegeschichte. In zahlreichen Veröffentlichungen zeigt er, dass es sich beim Markt für ökonomische Ideen nicht um ein perfektes Auslesesystem handelt, das falsche Vorstellungen ausmustert und nur richtige beibehält. Vielmehr hat man es auch hier, vergleichbar mit Finanzmärkten, wiederholt mit Herdenverhalten und Blasenbildung zu tun.

Kurz tritt deshalb dafür ein, Studierende in verschiedene Denktraditionen einzuführen, getreu der Erfahrung, dass Fortschritt die Auswahl unter Alternativen und diese intellektuelle Vielfalt voraussetzen. Am GSC arbeitet er im Rahmen mehrerer Forschungsprojekte über die Auswirkungen des technologischen Wandels auf Beschäftigung, Einkommensverteilung und Wachstum – aktuell zum Thema „Industrie 4.0“. Er knüpft hiermit an Arbeiten in Bremen an (u.a. mit P. Kalmbach), die sich mit dem Thema „Chips und Jobs“ bzw. „den Beschäftigungswirkungen programmgesteuerter Arbeitsmittel“ befassen.

In Büchern (mit Richard Sturn) bringt er in gut verständlicher Weise Klassiker wie Adam Smith und Joseph Schumpeter einer breiten Leserschaft nahe. Seine „Geschichte des ökonomischen Denkens“ (C.H. Beck) (Übersetzungen in mehrere Sprachen) ist ebenfalls für ein größeres Publikum verfasst.

Heinz Kurz be-
trachtet den Markt
nicht als perfektes
Auswahlssystem



Harald Hagemann
ist Professor für
Volkswirtschaftslehre an
der Universität Hohenheim
und Vorsitzender der
Keynes-Gesellschaft

Robert Shiller und die irrationalen Übertreibungen der Finanzmärkte

PORTRÄT: DOMINIK WEBER



Nobelpreisträger Shiller: Auch irrationale Faktoren bestimmen Kursverläufe

Der US-Verhaltensökonom Robert J. Shiller wurde 2013 gemeinsam mit Eugene F. Fama und Lars Peter Hansen „für empirische Analysen von Kapitalmarktpreisen“ mit dem Wirtschaftsnobelpreis ausgezeichnet.

Fama und Shiller verfolgen dabei ganz unterschiedliche Strategien, Aktienmärkte zu begreifen. Die von Fama entwickelte Markteffizienztheorie geht davon aus, dass Aktienkurse von rationalen Investoren bestimmt werden.

Bei dieser Betrachtung sind alle verfügbaren Informationen jederzeit in den Kurswerten integriert, wodurch Blasenbildungen auf den Finanzmärkten ausgeschlossen sind. Shiller analysierte diese Betrachtungsweise bereits 1981 in seiner Arbeit „Do Stock Prices Move Too Much To Be Justified by Subsequent Changes in Dividends“ und verglich tatsächliche Aktienkurswerte mit eben diesen rational begründeten Kurswerten.

Conclusio seiner Arbeit: Werden Aktienmärkte aus einer langfristigen Perspektive betrachtet, so können Kursentwicklungen nicht alleine mit rationalen Überlegungen erklärt werden. Es sind vielmehr irrationale Erwartungen, Hoffnungen und Ängste in Gesellschaften, welche Kurse langfristig bestimmen. Somit erfasst Shiller menschliches Verhalten in all seinen kontroversen Facetten.

Dabei identifiziert er oft irrational handelnde Individuen, welche naive Annahmen in Bezug auf Finanzmärkte haben. In seinem Buch „Irrational Exuberance“, welches noch vor dem Platzen der Millenniumsblase veröffentlicht wurde, erklärt Robert J. Shiller, wie spekulative Finanzmarktblasen entstehen.

Den Status eines Propheten erlangte der Ökonom durch dieses Werk aber nicht nur aufgrund der Vorhersage der Millenniumsblase, sondern auch aufgrund seiner präzisen Einschätzung des fragilen Immobilienmarktes. So warnte er bereits 2005 vor einer möglichen Blasenbildung auf dem amerikanischen Häusermarkt.

Robert J. Shiller ist Sterling-Professor für Ökonomie in Yale und schreibt regelmäßig Artikel für die Onlinekolumne „Economic View“ der *New York Times*.

Dominik Weber studiert Volkswirtschaft im Masterprogramm an der WU

Till van Treeck, ein Sonderfall

Till van Treeck ist eine Ausnahmeerscheinung. Jahrgang 1980, ist er bereits seit drei Jahren Professor für Sozialökonomie der Universität Duisburg-Essen. Dabei ist er keiner, der zielstrebig karriereorientiert den Weg des geringsten Widerstandes gewählt hätte – in der Ökonomie wäre das nämlich die neoklassische Standardlehre. Van Treeck ist Keynesianer aus Überzeugung. Die Verteilung von Einkommen, makroökonomische Ungleichgewichte, Wirtschaftspolitik – ihn interessieren Fragen der wirklichen Welt, nicht hochtheoretische Modelle mit fragwürdigen Annahmen. Nur leider sind Professuren für solche Analysen rar gesät, in Deutschland ebenso wie in Österreich.

Die Krise ließ viele Ökonominen und Ökonomen ratlos zurück. Wie konnte es zu so einem Einbruch kommen, nachdem gerade die „große Moderation“ ausgerufen worden war, in der Konjunkturschwankungen gezähmt schienen? Für van Treeck liegt die Analyse auf der Hand: In den USA, aber auch in anderen Ländern wie Deutschland hatten sich Ungleichheiten im Einkommen aufgebaut. Um bei der Ausbildung ihrer Kinder, Gesundheitsvorsorge und Ähnlichem nicht von der Spitze abgehängt zu werden, mussten die Menschen in „gute“ Wohngegenden ziehen. Aufgrund der explodierenden Hauspreise nahmen sie dazu Kredite auf – steigende Konsumausgaben übertrugen sich damit in Kaskaden von den obersten auf untere Einkommensgruppen. Diese Schulden rächten sich, sobald sich die Hauspreisblase nicht mehr weiter aufblies: Die Krise war vorprogrammiert.

Dabei baute van Treeck seine Expertise im europäischen Raum auf. Nach seinem Studium an der renommierten Science Po in Lille und an der Universität Münster ging van Treeck für sein Doktorat ans Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) der Hans-Böckler-Stif-

Der Ökonom ist der seltene Fall eines überzeugten Keynesianers auf einem deutschen Lehrstuhl

PORTRÄT: MIRIAM REHM

Till van Treeck meldet sich gern in der öffentlichen Debatte zu Wort

tung. Dort zeigte er bald im deutschsprachigen keynesianischen Netzwerk Flagge. Dieses Netzwerk verknüpft sich vor allem im Forschungsnetzwerk Makroökonomie und Makropolitik (FMM) und hält eine jährliche Konferenz in Berlin ab.

Warum ist die Ungleichheit in Deutschland nicht so stark gestiegen wie in den USA? Van Treecks Antwort: Weil hier die Unternehmen ihre Profite in Finanzprodukte investierten anstatt sie an die – oft reiche – Eigentümerschaft auszuschütten. Diese einbehaltenen Gewinne werden nicht als Einkommen gerechnet und scheinen daher nicht in der Statistik der Einkommensungleichheit auf. Makroökonomische Un-



gleichgewichte hängen in van Treecks Analyse zudem mit Ungleichheit zusammen. Dieses Forschungsprogramm wurde von George Soros' Institute for New Economic Thinking gefördert.

Da sich seine Forschung direkt auf die reale Welt bezieht, kommt er überhaupt nicht in Gefahr, sich in den Elfenbeinturm zurückzuziehen. Also profitiert die ganze Gesellschaft davon, dass ein Ausnahmetalent wie van Treeck auf eine Professur berufen wurde: Er bereichert die volkswirtschaftliche Landschaft im deutschsprachigen Raum um eine bitter notwendige keynesianische Facette.

Miriam Rehm ist Referentin für Makroökonomie und Verteilung in der Abteilung Wirtschaftswissenschaft der AK, Lektorin an der WU Wien

Doris Weichselbaumer, Feministin

Wenn im öffentlichen Diskurs die Existenz von Diskriminierung von Frauen und Minderheiten zunehmend infrage gestellt wird, so ist es umso wichtiger, Ungleichbehandlung von gesellschaftlichen Gruppen wissenschaftlich sauber zu untersuchen und zu dokumentieren.“ Dies ist ein zentrales Motto der Ökonomin Doris Weichselbaumer. Sie hat seit 2013 die Leitung des interdisziplinären Instituts für Frauen- und Geschlechterforschung der Johannes Kepler Universität Linz inne.

Ihre Erkenntnisse gewinnt die Staatspreisträgerin für Frauen- und Genderforschung und Gleichstellung in der Arbeitswelt mitunter mit innovativen Methoden, um möglichen Diskriminierungen auf die Spur zu kommen. So hat sie für eine Forschung mit fiktiven Bewerbungen gearbeitet.

Wobei bei den Bewerbungsunterlagen die fachliche Qualifikation gleich blieb, aber die Faktoren Geschlecht, sexuelle Orientierung oder Herkunft unterschieden wurden. Frappierend: 19 Prozent der Bewerberinnen ohne Kopftuch wurden von Firmen vorgezogen, gaben sie sich auf dem Foto durch Tragen eines Kopftuchs hingegen als Musli-

Die Ökonomin dokumentiert Ungleichheiten, Diskriminierung und entlarvt Stereotype

PORTRÄT: CHRISTA SCHLAGER



Doris Weichselbaumer empfiehlt Studentinnen Enthusiasmus

minnen zu erkennen, waren es nur noch vier Prozent. Weichselbaumer geht es in ihren Arbeiten neben der Diskriminierung von Migrantinnen und Migranten am Arbeitsmarkt auch um Gründe von und Debatten zu Lohnunterschieden zwischen Männern und Frauen sowie Arbeitsmarktdiskriminierung aufgrund von sexueller Orientierung. Stereotype untersucht Weichselbaumer auch auf andere Weise. So ging sie der Frage nach, ob kompetitives Verhalten, das eher Männern zugeordnet wird, wirklich zu mehr Leistung führt, und stellte fest, dass der Druck mitunter zu Schummelei und Betrug animiert.

Weichselbaumer ist als Mitherausgeberin der bislang einzigen Fachzeitschrift im Bereich feministischer Ökonomie *feminist economics international* gut vernetzt, sie organisiert auch österreichische feministische Ökonominen in Workshops. Enthusiasmus für das Fach empfiehlt sie allen Studierenden. Er ist ihren Arbeiten anzumerken.

Christa Schlager ist Mitarbeiterin in den Abteilungen Wirtschaftswissenschaft und EU & Internationales der AK-Wien

2. Wir und das Netz

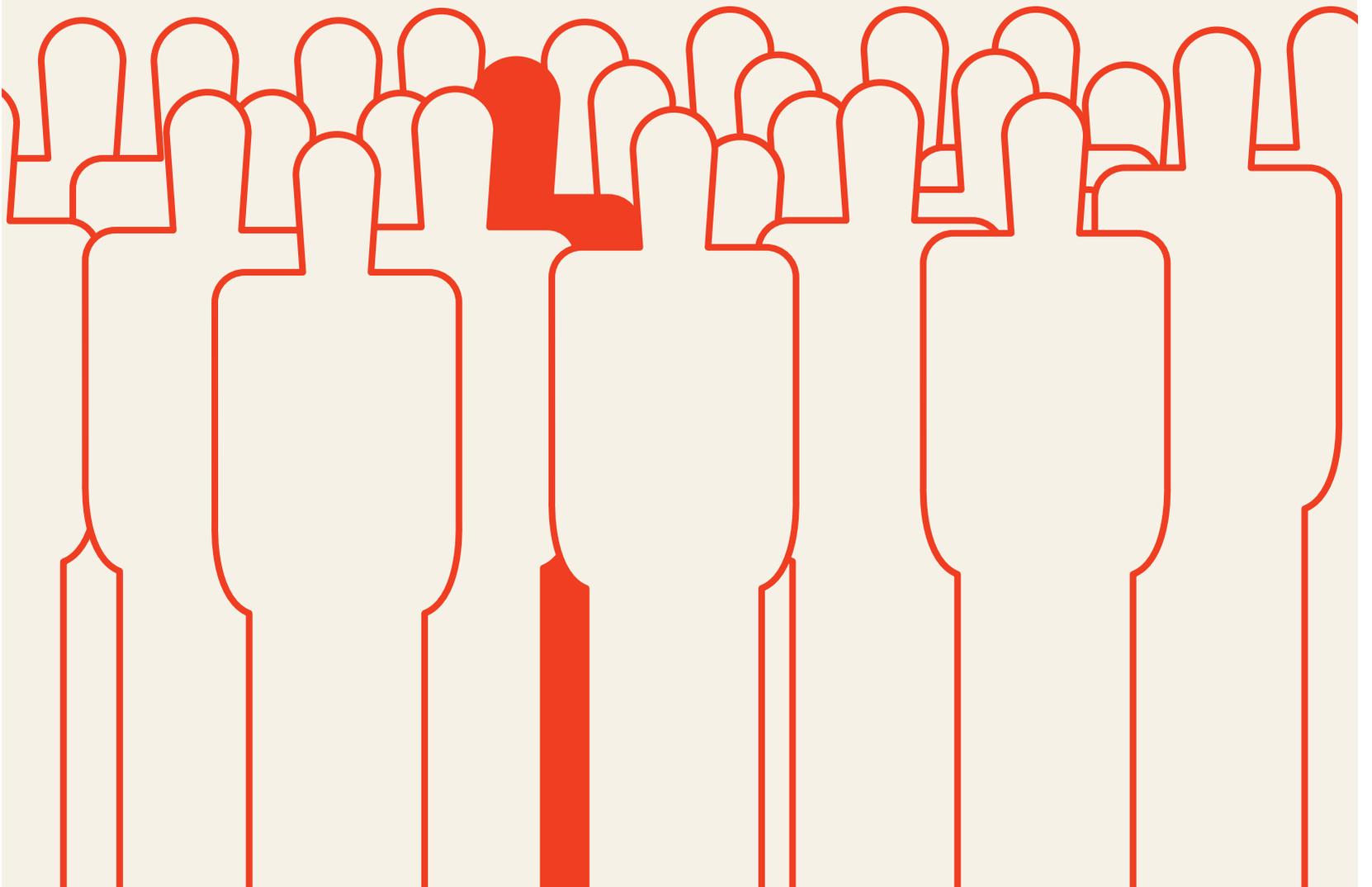
18 Der neue Datenjournalismus: Benedikt Narodoslawsky erläutert die Gefahren und Möglichkeiten einer digitalisierten und kommerzialisierten Nachrichtenwelt

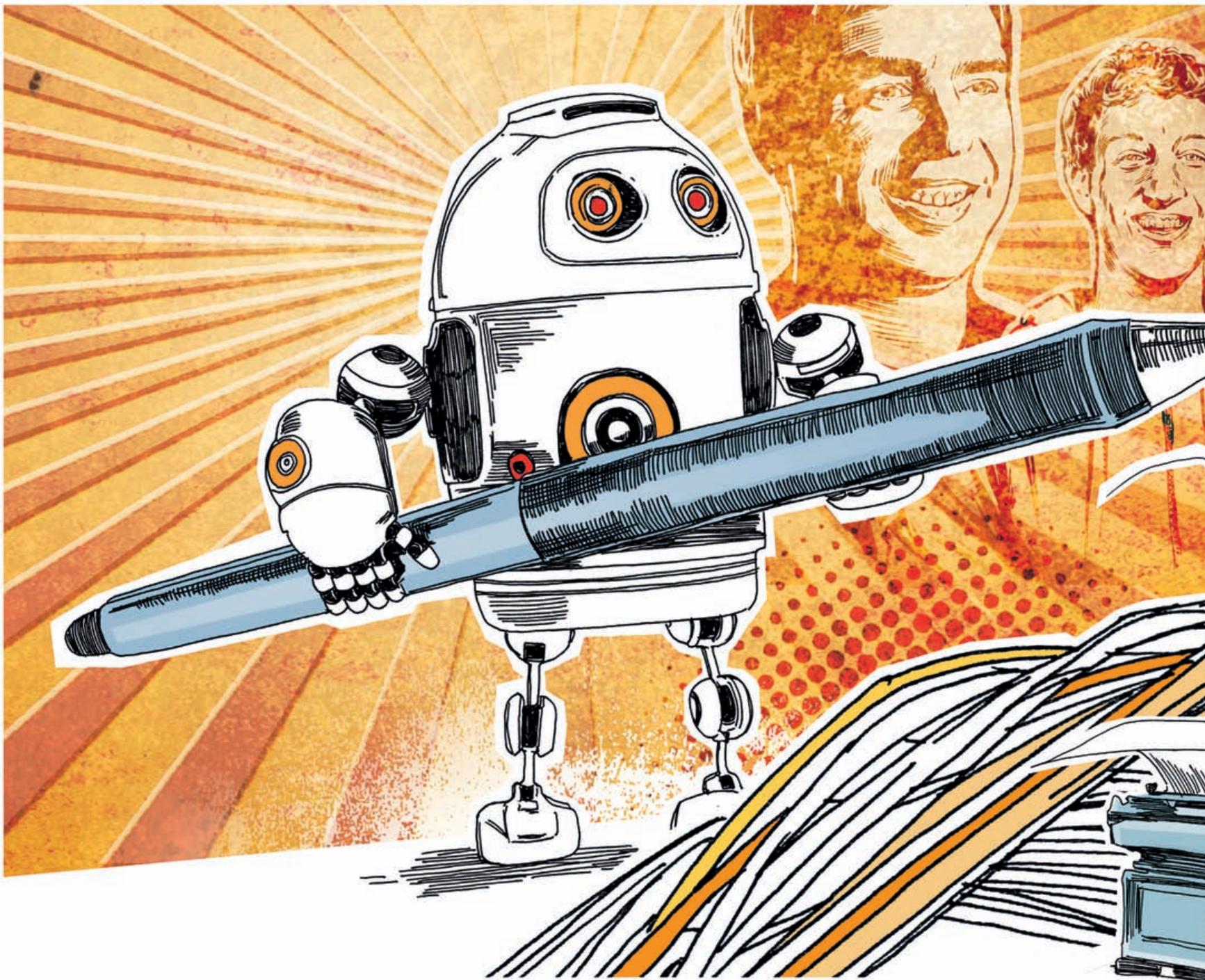
21 Florian Klenk schildert aus eigener Anschauung, was der Scoop der Panama Papers dem Journalismus an neuen Möglichkeiten bringt

24 Big Data sind der Rohstoff für Geschäfte in Gegenwart und Zukunft. Nur ihre Produzenten – wir alle – schauen durch die Finger, sagt Mathias Grandosek

28 Dokumentation einer Okto-TV-Sendung mit dem marxistischen Medienökonom Christian Fuchs. Facebook & Co sind keine Medien, sondern Werbeagenturen

34 Wer die neuen Medien beherrscht, beherrscht die Politik. Lassen sich digitale Medien einfach „beherrschen“? Anna Goldenberg über den US Wahlkampf





Die Datenrevolution im

In den goldenen Zeiten schrieben Journalisten auf der Schreibmaschine, Layouter schnitten Fotos zurecht und klebten sie auf Papier, bevor sie die fertigen Bogenmontagen in die Druckerei schickten. Dann kam der Computer. Dann das Internet. Schließlich Big Data und die Dominanz des Algorithmus. Die technischen Entwicklungen beuteln die Branche gerade gewaltig durch.

Das Todesurteil über die Zeitung wurde dabei längst gesprochen. Die Technologie hat alte Berufsfelder hinweggefegt und neue geschaffen. Der Setzer ist tot, es lebt der Datenjournalist und Social-Media-Redakteur.

Verlage investieren heute vor allem in ihre digitale Zukunft. Dabei tapsen Medienmacher verunsichert durch den Nebel Richtung morgen, auf der Suche nach Chancen lauern überall Gefahren. Zwei druckfrische

Studien belegen den Umbruch der Branche nun in aller Dramatik.

Erstens, der „State of the News Media“-Bericht des PewResearchCenter, eines amerikanischen Meinungsforschungsinstituts, das regelmäßig die Lage von Journalismus und Medien in den USA analysiert. Er ist deshalb wichtig, weil die USA in der Branche als Referenz gilt, denn jenseits des Ozeans passieren Entwicklungen schneller und früher. „2015 hatte der Zeitungssektor vielleicht das schlechteste Jahr seit der Rezession und deren unmittelbaren Folgen“, heißt es im Bericht. Der Druck auf Amerikas Redaktionen habe sich derart verstärkt, dass „sich die ganze Branche selbst neu organisieren muss“.

Das Problem existiert, seit das Internet die Gesellschaft durchdringt: Verlage schufen ein digitales journalistisches Angebot, das

Algorithmen

haben die

Medienbranche

umgegraben.

Der Journalismus

ist deshalb so gut

und so bedroht

wie noch nie

ÜBERBLICK:

BENEDIKT

NARODOSLAWSKY

ILLUSTRATION:

P. M. HOFFMANN

meist kostenfrei zugänglich war. Der Werbemarkt der Zeitungen brach daraufhin ein, die Verkäufe gingen zurück, das Onlinegeschäft konnte die Verluste bislang bei weitem nicht wettmachen. 33.000 angestellte Zeitungsredakteure gibt es laut PewResearch in den USA, 20.000 weniger als 20 Jahre zuvor. Allein im heurigen Jahr wurde bekannt, dass 400 weitere Stellen gestrichen werden. Zudem schwindet das Vertrauen in den Printmarkt. Laut PewResearch haben nur fünf Prozent aller Erwachsenen in den USA Zeitungen als die „hilfreichste Quelle“ in der Berichterstattung über die Präsidentenwahl genannt. Weit hinter dem Fernsehen, Radio, Social Media und Webseiten.

In Österreich gibt es eine ähnliche Tendenz, wie die zweite aktuelle Studie zeigt: der Digital News Report 2016, den Reuters Institute für Journalismus an der Uni



Journalismus

von Oxford herausgibt und für den 50.000 Menschen aus 26 Ländern befragt wurden. Allerdings sind nur sieben Prozent der Österreicher bereit, für Onlineangebote Geld auszugeben, damit landet die Alpenrepublik auf Platz 22 von 26.

Die Österreicher vertrauen den Medien im Schnitt noch weniger als die Durchschnittseuropäer. Nur 43 Prozent glauben den Nachrichten, nur jeder Dritte vertraut Journalisten. Mittlerweile bezieht jeder dritte Österreicher Nachrichten über Facebook, bei den unter 35-Jährigen ist es schon jeder zweite.

Der Datenkrake aus dem Silicon Valley ist damit auch in Österreich das wichtigste „soziale Medium“. Die Plattformen haben die Branche umgegraben. Youtube, auf dem jeder fünfte Österreicher nach Nachrichten sucht, wird zur Konkurrenz von TV-Sendern. Facebook ist es längst nicht nur

mehr für Zeitungen, sondern auch für die Webseiten der Medienunternehmen.

Der Reuters-Bericht macht deutlich, welchen Stellenwert die programmierten Algorithmen für die Menschen bereits erlangt haben. Auf die Frage, von wem sie die Nachrichten vorauswählen lassen wollen, antworteten die Befragten in fast allen Ländern gleich: „Algorithmen sind beliebter als Journalisten“, erklärt Rasmus Kleis Nielsen, Forschungsdirektor am Reuters Institute. Nachsatz: „Solange diese auf dem persönlichen Konsum der Leute basieren.“ Die klassische Funktion der Journalisten, Geschichten zu gewichten und für den Leser Wichtiges von Unwichtigem zu trennen, erodiert. Für Nielsen ist das der Beweis dafür, wie pragmatisch sich Nutzer verhalten. Auch wenn sie Algorithmen nicht verstehen und ihnen nicht vertrauen, weil niemand weiß, wie sie programmiert sind,

scheinen sie dennoch so hilfreich und wertvoll, dass die meisten nicht darauf verzichten wollen.

Je mehr Daten den großen Silicon-Valley-Konzernen zu Verfügung stehen, desto besser werden die Algorithmen, desto genauer werden wir vermessen, desto vorhersehbarer werden unsere Wünsche und unser Verhalten. Die Programme kennen uns mittlerweile sehr gut.

Konzerne wie Google und Facebook haben Monopole geschaffen. Und sie bauen sie weiter aus. Längst haben sie den Nachrichtenmarkt im Visier und greifen etablierte Verlage an. In den Worten aus dem Silicon Valley nennt sich dieser Angriff „Kooperation“. Google umarmt die europäischen Verlage, die juristisch gegen Googles Monopolstel-

Fortsetzung nächste Seite

Zum Autor

Benedikt Narodoslawsky ist Redakteur des Falter und leitet dort das Ressort Medien



Fortsetzung von Seite 19

lung vorgehen, mit der Digital News Initiative – 150 Millionen pumpt Google in Digitalprojekte der Verlage, um sich ihre Gunst zu sichern. Facebook wiederum bietet den Verlagen an, an seinem Werbekuchen mitzunaschen, der immer größer wird, wie ein Stück Germteig. Mit sogenannten Instant Articles lagern namhafte Zeitungen mittlerweile ganze Geschichten auf die Facebook-Server aus, die für Facebook-User damit besser lesbar sind. Die Journalisten machen die Arbeit, der Menschen- und Datenmagnet Facebook bekommt die Zugriffszahlen. Daten und Umsätze werden geteilt.

Das Ziel der Silicon-Valley-Konzerne ist groß, aber greifbar: das Internet im klassischen Sinn überflüssig zu machen, die Webseiten zu töten, die Inhalte der Verlage zu vereinnahmen. Oder anders gesagt: mehr Nutzer, mehr Daten, mehr Geld. Verständlich, dass der bedeutende Internetkritiker Evgeny Morozov die Verlage auf der Journalismus-Konferenz „Global Editors Network“ in Wien Mitte Juni schalt. Sie würden lieber mit den Datenkraken zusammenarbeiten, anstatt auf die Datenschutz-Probleme hinzuweisen, die diese Milliardenkonzerne mit sich bringen. Glaubt man seiner Prognose, wird die Zusammenarbeit den Medien langfristig nicht helfen, da sie noch unbedeutender werden. Die Kooperation der Verlage mit Facebook nützt also vor allem einem. Nämlich Facebook.

Eine wesentliche demokratiepolitische Frage der Zukunft wird sein, wie stark sich die Menschen von den Silicon-Valley-Konzernen abhängig machen lassen und in welchem Ausmaß sie uns steuern können. Bekannt ist bereits, dass die Algorithmen uns nur noch zeigen, was wir sehen wollen, und wir uns damit abschotten, weil wir keine andersdenkenden Facebook-Freunde mehr wahrnehmen – und es dadurch zu einer Polarisierung der Gesellschaft kommt. Die Auswirkungen der sogenannten Filterblase wären ohnehin schon problematisch genug.

Nun zeigt die aktuelle Debatte über die sogenannten „Trending Topics“, welche manipulative Kraft in diesen Konzernen steckt: Ehemalige Facebook-Mitarbeiter behaupteten, Facebook hätte gezielt konservative Medien unterdrückt. Facebook, dessen Gründer Mark Zuckerberg die demokratische US-Präsidentenwahlkandidatin Hillary Clinton unterstützt, bestreitet das. Auch wenn der Vorwurf falsch sein sollte: Es zeigt das Potenzial der riesigen Maschine, die Agenda Setting betreibt.

So wie während der Aufstände im Sommer 2015 in der amerikanischen Stadt Ferguson, die durch Polizeigewalt gegen Schwarze ausgelöst wurden. Damals bemerkte die amerikanische Technik-Soziologin Zeynep Tufekci, wie Facebook Nachrichten über Ferguson ausblendete, während es auf dem Kurznachrichtendienst

Twitter das alles beherrschende Thema war. Seit wenigen Monaten hat auch Twitter seinen Nachrichtenfeed umgebaut. User sehen seither nicht mehr die aktuellsten Nachrichten, sondern die, die ihm der Twitter-Algorithmus ausspuckt. Aktualität weicht Bevormundung.

Computer bestimmen nicht nur die Themenwahl mit. Sie kreieren auch selbst Nachrichten. Die Nachrichtenagentur Associated Press, das US-Magazin *Forbes* und die renommierten Zeitungen *The New York Times* und die *Los Angeles Times* verwenden bereits Computerprogramme, die Daten auswerten und zu Nachrichten machen. Wie die *Zeit* in einem Artikel über diese Programme – etwas irreführend auch „Roboterjournalisten“ genannt – erklärt, können diese etwa Wetterberichte mit einem Fußballergebnis kombinieren. Regnet es und endet die Partie etwa 10:0, so schreibt das Programm „Regenschlacht“. „Die Software kann sogar selbst lernen, ohne Hilfe. Enden etwa mehrere Spiele mit einem 10:0, weiß sie, dass dieses Ergebnis nicht mehr als außergewöhnlich einzustufen ist“, schreibt die *Zeit*.

„Wenn sie entwickelt sind, können Algorithmen nicht nur Tausende von Nachrichten zu einem bestimmten Thema schaffen, sie machen es auch schneller, billiger und potenziell auch mit weniger Fehlern als Journalisten aus Fleisch und Blut“, schreibt der deutsche Wissenschaftler Andreas Graefe in seinem „Guide to Automated Journalism“ für das Tow Center für digitalen Journalismus an der Columbia University. Das könnte auch Arbeitsplätze im großen Stil vernichten, nämlich von jenen Journalisten, die bloß Daten in Sätze umwandeln. Journalisten seien also gut beraten, Fähigkeiten zu erlernen, die nicht von Algorithmen ersetzt werden können – etwa tiefgründige Analysen, Interviews und Investigativrecherche.

Während Journalisten um ihre Jobs bangen, sehen Wissenschaftler darin eine Chance, die Nachrichtenqualität zu steigern. Julian Ausserhofer etwa, der am Berliner Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft forscht, blickt optimistisch in die Zukunft: „Die Frage ist nicht, ob Algorithmen die Reporter ersetzen, sondern wie sie mit ihnen zusammenarbeiten können.“ Er selbst untersucht gerade in einem Projekt mit Kollegen aus Wissenschaft und Journalismus, wie rechte „Empörungsbewegungen“ wie Pegida sich vernetzen und online kommunizieren. Dazu greift das Team automatisierte Daten von Netzwerken ab – etwa Facebook-Posts von rechten Seiten oder Einträge mit dem Twitter-Hashtag #pegida. Die Daten sollen unter anderem offenlegen, wie groß das Netzwerk ist, wer mit wem kommuniziert, wer die Opinion-Leader sind und worauf sich der Erfolg der Rechten begründet.

Die Digitalisierung hat den Journalismus unter Druck gebracht. Und doch war er noch nie so weit wie heute. Was gleichzeitig durch die Digitalisierung möglich wurde, zeigen verschiedene Datenjournalismus-Plattformen wie etwa *Correctiv* in Deutschland oder *Dossier* in Österreich. Ihre Investigativrecherchen basieren auf Daten, die sie in allen erdenklichen Spielarten an Erzählformen aufbereiten. *Dossier* wies etwa mit einer datenbasierten Analyse nach, dass der Glücksspielkonzern Novomatic seine Geschäfte vor allem in jenen Grätzeln Wiens eröffnete, in denen arme Menschen wohnten. Das zynische Spiel mit der Hoffnungslosigkeit bekam damit Evidenz und wurde auf mehreren Ebenen erzählt. Text, Bilder, interaktive Infografiken, Karten, Videos, Tonspuren, Verweise auf Quellen, Hintergründe zur Geschichte inklusive Transparenz-Hinweisen darauf, welche etwaigen Unschärfen in der Ermittlung der Daten möglich sind – all das fließt heute in Geschichten mit ein und ist auch dadurch möglich, weil das Internet unendlich ist und nicht den klassischen Platzbeschränkungen in klassischen Nachrichtenformate unterliegt.

Das Experimentierfeld für das sogenannte Storytelling ist durch die Digitalisierung so weit wie nie zuvor. Und es dehnt sich weiter aus. Es reicht bis hin zur Vermittlung von Nachrichten in Form von Computerspielen. „Du kannst durch Spiele das Leben von Menschen verändern und Emotionen ändern“, sagte Latoya Peterson, zuständig für digitale Innovation des Sportsenders ESPN, auf der „Global Editors Network“-Konferenz. Netter Nebeneffekt: hohe Beteiligung, längere Verweildauer. Der Konsument rückt immer näher ins Geschehen, die Technologie hilft ihm, Geschichten hautnah zu vermitteln. Die Virtual-Reality-Brillen, die den Konsumenten in eine 3-D-Welt verfrachten, geben einen Vorgeschmack darauf, welche Erzählformen da noch kommen könnten.

Offen bleibt allerdings die Frage der Finanzierung, über die sich Verantwortliche in den Medienhäusern in aller Welt den Kopf zerbrechen. Die kleine Redaktion von *Dossier* baut auf zahlende Mitglieder, Einkünfte aus Journalismus-Workshops und Selbstausbeutung. *Correctiv* wird durch Mitglieder und eine Stiftung finanziert und bezeichnet sich selbst als „eine von vielen Antworten auf die Medienkrise“, in der alte Geschäftsmodelle immer schlechter funktionieren, aber Journalisten zugleich eine stets komplexer werdende Welt erklären müssen. Ob und wie lange das gutgeht, weiß niemand. Wie jede große gesellschaftliche Entwicklung birgt die Digitalisierung große Möglichkeiten und erhebliche Gefahren, auch und vor allem in der Medienbranche. Nur eines ist im Wandel sicher: dass nichts bleibt, wie es war.



Algorithmen können Nachrichten schaffen, schneller, billiger und potenziell mit weniger Fehlern als Journalisten

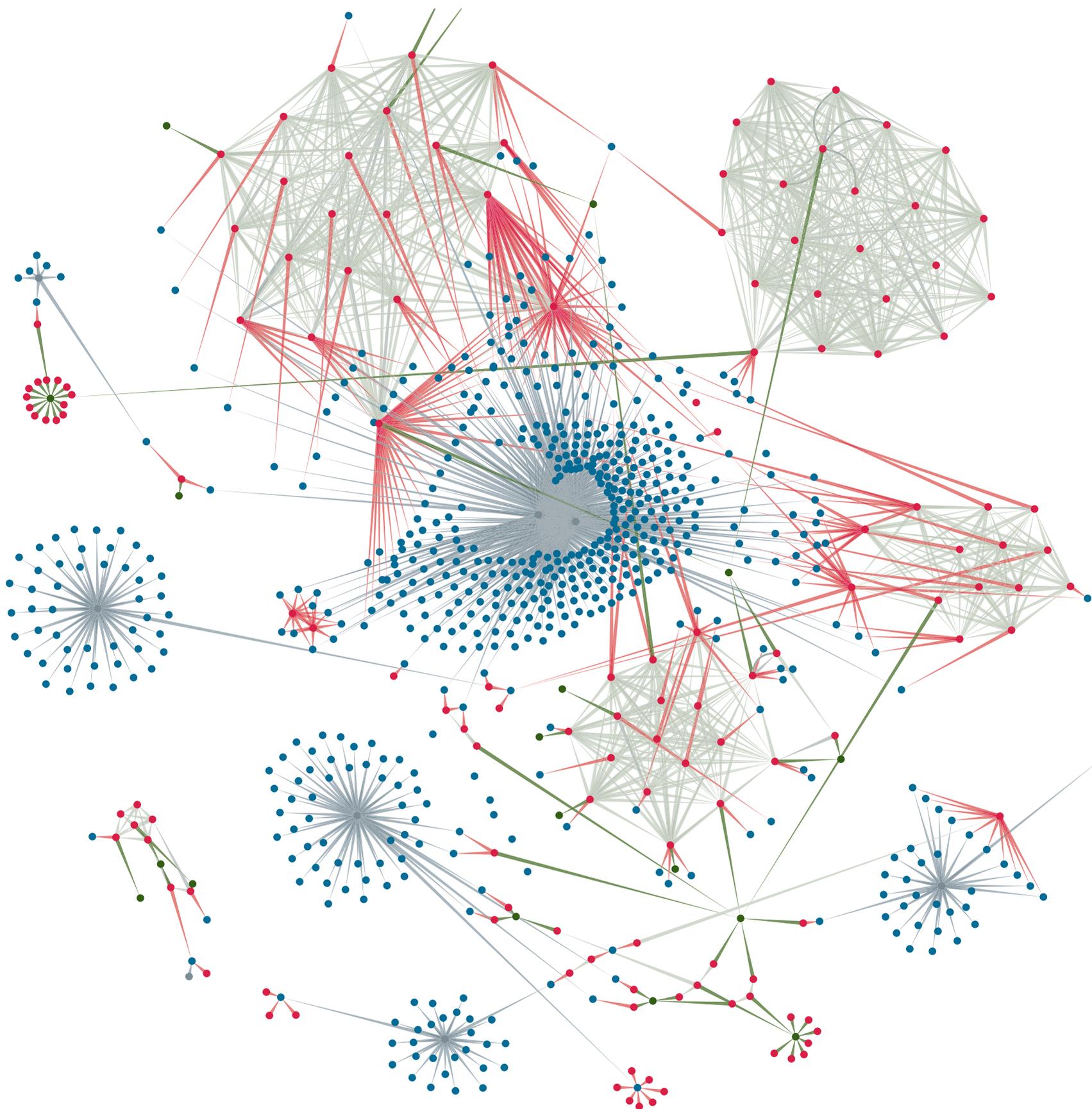
ANDREAS GRAEFE,
MEDIENWISSENSCHAFTLER



Medienforscher Julian Ausserhofer: Es kommt auf die Zusammenarbeit zwischen Algorithmen und Journalisten an



Mark Zuckerberg: Der Facebook-Boss bestreitet, dass Facebook konservative Medien gezielt ausgeblendet habe



Inside Panama Papers

Wie sich **investigativer Journalismus** im Zeitalter von Big Data ändert

Investigativer Journalismus ist ein einsamer Job. Aufdecker müssen verschwiegen sein, zumindest wenn sie ganz allein, also exklusiv, große Geschichten erzählen wollten. Sie gelten als Sonderlinge der Redaktion, verschwinden für Wochen von der Bildfläche, pflegen geheime Kontakte mit ihren Informanten, und irgendwann erscheinen sie in der Redaktionskonferenz und legen den Chefredakteuren ihre Scoops auf den Tisch.

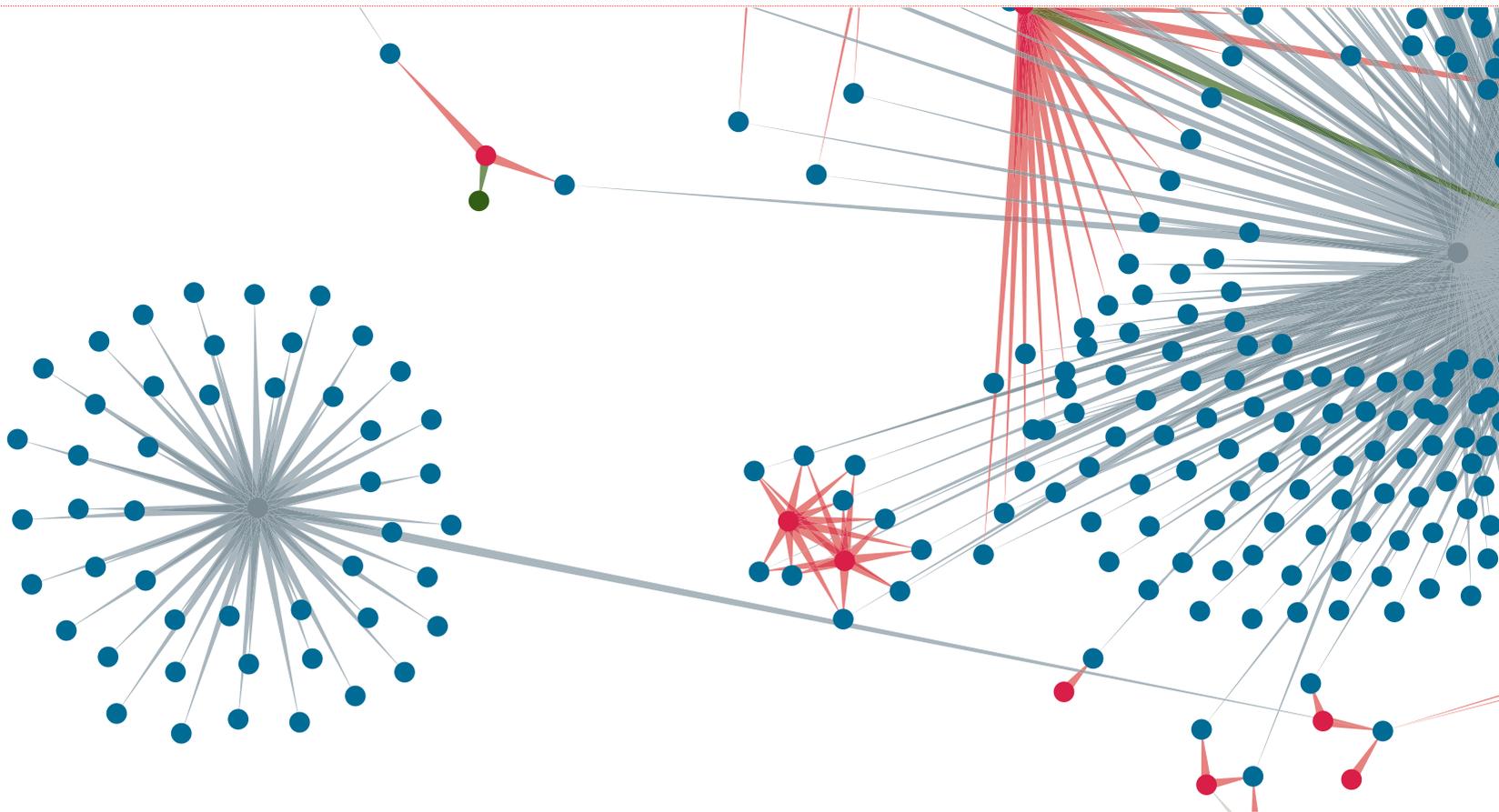
EINBLICK:
FLORIAN KLENK

Fragen zu Quellen oder Informanten beantworten sie, wenn überhaupt, äußerst wortkarg. Wer einen Skandal enthüllen will, der hat während seiner Recherchen vor allem ein Interesse: dass die Konkurrenz davon nicht zu früh erfährt. Und dass der Informant geschützt bleibt. Vertrauliches Material mit Kollegen zu teilen ist ein Tabu.

Dieses Verständnis vom Handwerk des Enthüllens – also des mühsamen und zeitraubenden Sammelns und Sichtens von In-

formation, die nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist – erlebt gerade eine Veränderung, eine technische Revolution, ja einen kulturellen Epochenbruch. Die Einzelgänger vereinigen sich zu einer Herde, sie professionalisieren ihre Arbeit, sie rüsten technisch auf, sie teilen und kooperieren, um große globale Missstände aufdecken zu können. Das hat viele Vorteile, das

Fortsetzung nächste Seite



Fortsetzung von Seite 21

birgt aber auch Gefahren. So wie das eben ist bei Herdenverhalten.

Den Beginn dieser Entwicklung können wir mit der Enthüllung von „Cablegate“ datieren. Das war die Veröffentlichung von rund 20.000 US-Außenamt-Depeschen durch sogenannte „Hacktivists“ (ein Kunstwort für hackende Aktivisten) rund um Julian Assanges Netzwerk Wikileaks. Assange, eigentlich ein Hacker, wagte etwas Neues. Er kooperierte mit renommierten journalistischen Medienhäusern. 1,7 Gigabyte an Daten wurden damals vom US-Soldaten Bradley Edward Manning abgesaugt, von Assange „geleakt“ und dann gesichtet und journalistisch aufbereitet. Der Informant sitzt nun (inzwischen als eine Frau) im Gefängnis.

Es folgten ähnlich gelagerte investigative Projekte: Offshore-Leaks (260 GB), Swiss-Leaks 3,3 GB), Lux-Leaks (4 GB) und die Snowden-Leaks über die Methoden der NSA. Immer wieder verbündeten sich Hacker und Whistleblower mit Investigativjournalisten, um der Datenmengen Herr zu werden.

Beide Seiten lernten voneinander. Die Hacker, so erklärte einmal David Leigh vom *Guardian* bei einem Treffen investigativer Journalisten, mussten begreifen, dass die Sichtung und das Einordnen von Daten, aber auch die Schwärzung von höchst privaten Informationen eine notwendige Arbeit ist, um ein breiteres Publikum anzusprechen. Und die Journalisten lernten langsam, wie man treffsicher in elektronischen Daten wühlt, welche technischen Tools vonnöten sind und wie man das Ergebnis am besten mit der Konkurrenz teilt, weil bei einem globalen Thema der Erkenntnisgewinn höher ist, wenn Journalisten aus aller Welt kooperieren.

Nicht nur die Arbeitsweise änderte sich, auch das Material der Whistleblower stellt den Journalismus vor gigantische Herausforderungen. Die technische Revolution von Speichermedien, vor allem die Möglichkeit, gigantische Datenpakete aus Organisationen und Unternehmen offenbar unbemerkt abströmen zu lassen, ermöglichte es, dass ganze Firmenarchive per Maus-

Das Panama-Team des Falter bestand aus Florian Klenk und Josef Redl. Für den ORF arbeiteten Ulla Kramar-Schmid, Jakob Weichenberger, Günter Hack, Caspar Fink und Stefan Daubrawa



ICIJ The International Consortium of Investigative Journalists

Süddeutsche Zeitung

klick in die Hände einzelner Whistleblower gerieten und damit auch in die Hände einzelner Journalisten.

Waren es um die vorletzte Jahrhundertwende Fotoapparate und in den 70er- und 80er-Jahren Kopierer und in den 90ern Knopflochkameras, die die Informationsbeschaffung investigativer Journalisten revolutionierten, so sind es nun Datenstick, PGP-Verschlüsselung und Cloud-Computing.

Die Datenberge, die man nun in wenigen Minuten verschieben kann, sind für einzelne Redaktionen indes nicht mehr bezwingbar. Archive von Banken, Geheimdiensten, Anwaltskanzleien oder US-Ministerien passen zwar in die Hosentaschen von Journalisten und ihren Zuträgern, sie enthalten aber zugleich Geschichten von globalem Ausmaß. Diese Big-Data-Massen stellen Medien vor neue Herausforderungen, und deshalb verändert sich der investigative Journalismus gerade radikal. Er entdeckt den Wert des Teilens und der Kooperation mit der Konkurrenz. Journalisten müssen auch nicht mehr fürchten, dass ihnen das Material abgenommen wird. Legendar war der Besuch britischer Geheimdienstler beim *Guardian* während der Snowden-Affäre. Sie ließen eine Festplatte zertrümmern und glaubten, die Daten darauf seien nun nachhaltig zerstört. Zumindest taten sie so.

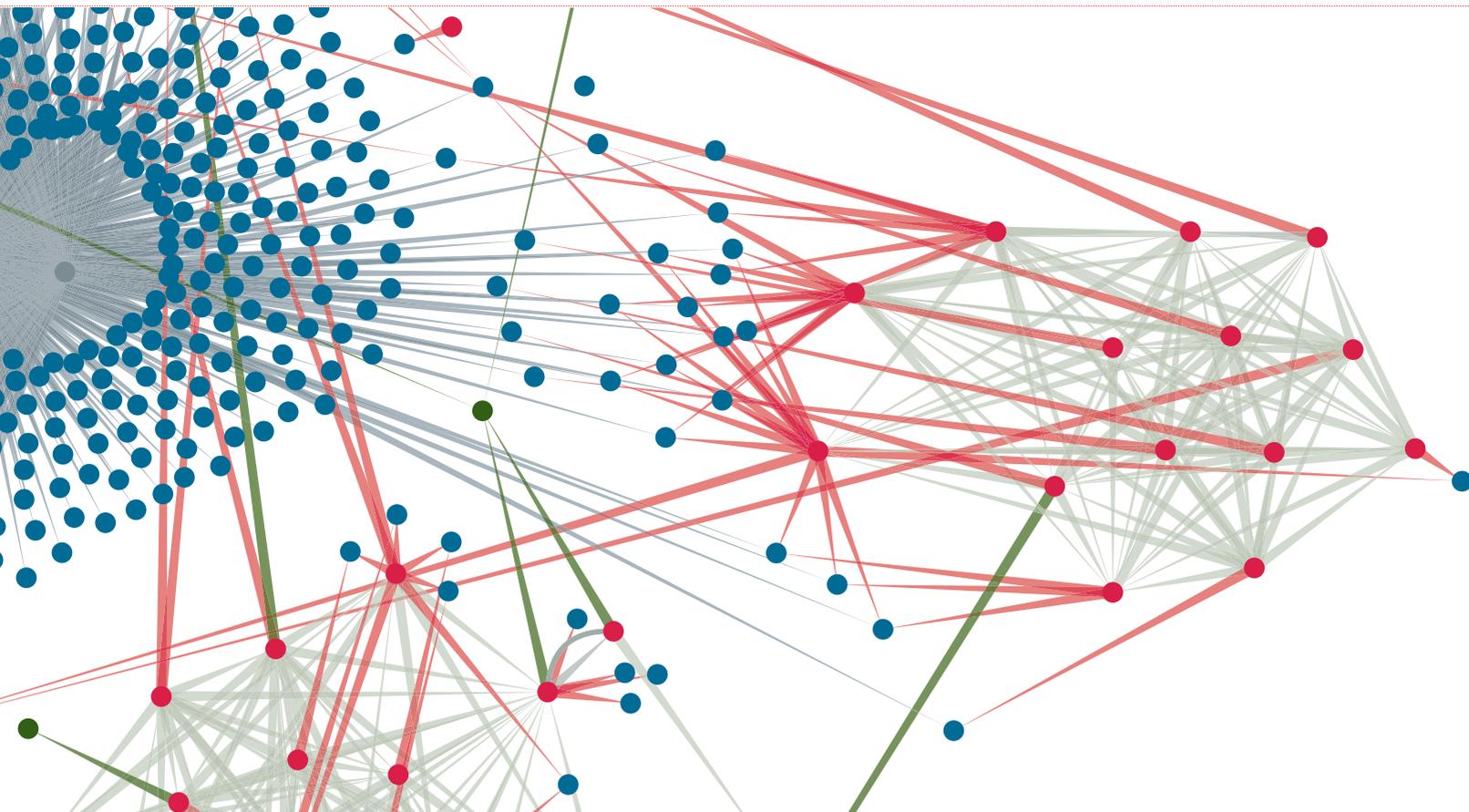
Für die Betroffenen wird klar, dass sie ihre oft sehr sensiblen Daten nie wieder einfangen können. Das hat Vorteile, weil Skandale nicht mehr vertuscht werden können. Und es hat Schattenseiten, weil auch das Privatleben und sensible Daten von Bürgern in Gefahr geraten können.

Der Eintritt in dieses neue Recherchezeitalter begann für den *Falter* mit dem Projekt Panama Papers, dem bisher wohl größten journalistischen Projekt des 21. Jahrhunderts. Wir gewannen dabei nicht nur Einblicke in die Strukturen der Offshore-Industrie, sondern auch in die zukünftigen Anforderungen und die kooperativen Arbeitsweisen seriöser investigativer Journalisten und Medienhäuser. Panama Papers: Das waren 2,6 Terabyte an Daten (siehe Grafik). Wie kamen wir an dieses Material?

Im Juni 2015 kontaktierten uns der renommierte *Süddeutsche Zeitung*-Aufdecker Hans Leyendecker und seine Kollegen vom SZ-Investigativ-Team, Frederik Obermaier und Bastian Obermeyer. Sie erkundigten sich, ob wir nicht die österreichischen Partner in einer spektakulären Kooperation werden wollen. Die *SZ* sei im Besitz einer riesigen, stetig wachsenden Datenbank einer panamaischen Anwaltskanzlei namens Mossack Fonseca, die Einblicke verschaffe, wie das globale Offshore-Business funktioniert. Das International Consortium for Investigative Journalism (ICIJ) mit Sitz in Washington koordiniere deshalb mit der *SZ* die größte Datenrecherche, die es je gegeben habe. 400 Journalisten aus 80 Medienunternehmen sollen den Datenhaufen analysieren und journalistisch aufbereiten. Neben dem *Falter* waren es fünf Kollegen des ORF, die für Österreich an Bord waren.

Für den Falter war die Einladung zur Kooperation ein riesiges Geschenk, da wir kostenlos auf Ressourcen und Datenbanken zugreifen konnten, deren Entwicklung uns wohl hundertausende Euro gekostet hätte. Die Gegenleistung war vergleichsweise gering: Um beim Panama-Papers-Projekt mitarbeiten zu können, mussten wir ein Hearing mit dem ICIJ in Washington bestehen. In einer Skype-Konferenz mit einer Mitarbeiterin hatten wir Fragen nach journalistischer Tradition, nach den letzten Scoops und nach Qualitätskontrolle zu beantworten.

Danach ging es relativ unbürokratisch zu Sache. Wir unterzeichneten ein Memorandum of Understanding, das im Wesentlichen drei Dinge vorschrieb: Wir mussten stets die Quellen des „Leaks“ offenlegen (*SZ* und ICIJ), wir mussten uns dazu verpflichten, die international akkordierte Deadline einzuhalten. Und wir durften die Dokumente – aus Rücksicht auf den Informanten – nicht an Dritte oder gar an Behörden weitergeben. Pönalzahlungen wurden ebenso wenig vereinbart wie inhaltliche Vorgaben. Das System basiert auf Vertrauen. Der *Falter* war allerdings in der Berichterstattung frei – und trägt für die Recherchen auch die Haftung.

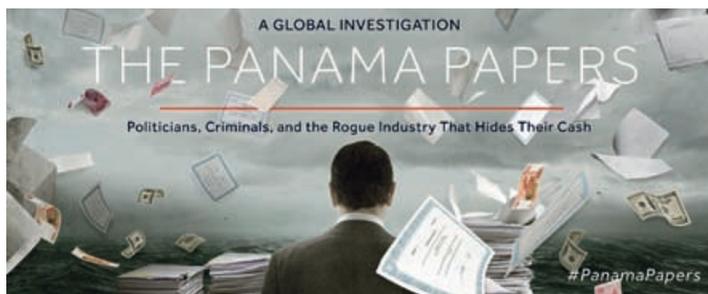


Die Strukturen des ICIJ sind für kleine Medienhäuser ein Segen. Das ICIJ ist ein Spin-off des Washingtoner Center for Public Integrity, eines spendenfinanzierten Think-tanks, den der berühmte US-Investigativjournalist Charles Lewis gründete, weil er auf CBS in seiner Sendung „Sixty Minutes“ die relevanten Themen nicht veröffentlichen konnte. Lewis sammelt Geld bei Mäzenen und Stiftungen, um groß angelegte journalistische Recherchen zu organisieren – etwa über das Gesundheitssystem, Umweltverbrechen oder die Schulen der USA. Er stellt die Ergebnisse seiner Recherchen klassischen Medienhäusern zur Verfügung.

Die Amerikaner wagen in Zeiten sinkender Werbeerlöse mit dieser Art der Finanzierung ein Experiment. Sie wollen qualitätsvolle Megarecherchen finanzieren und gleichzeitig mit den Ergebnissen die größtmögliche Wirkung entfalten, indem sie die Ergebnisse jenen Medien schenken, die keine Ressourcen für Recherchen aufbringen (wollen). Das hat Vorteile, weil kleine Medienunternehmen auf einmal an großen Projekten mitwirken und ihre Auflagen erhöhen können. Es belohnt aber auch jene großen Medienunternehmen, die nicht mehr in Recherche investieren, weil sie die Früchte investigativer Projekte ohnedies gratis zugetragen bekommen.

Das ICIJ stellte uns im Wesentlichen drei Ressourcen zur Verfügung. Eine verschlüsselte Suchmaschine, die ähnlich wie Google aussieht, genannt Blacklight, in der wir in den rund 11,5 Millionen Dokumenten (darunter 4,8 Millionen E-Mails und 2,1 Millionen PDFs) stöbern konnten.

Und dann programmierte das ICIJ eine Art Facebook, genannt iHub, in der wir mit den 400 Kollegen aus aller Welt in eigenen Chatforen oder Newsgroups die Rechercheergebnisse diskutieren konnten. Wir bildeten dort eine Art virtuelle globale Redaktion. Schließlich hatten wir natürlich Zugang zum gehackten Firmenarchiv der panamaischen Anwaltskanzlei Mossack Fonseca, die rund 200.000 Briefkastenfirmen in aller Welt einrichtete, zum Teil nur, um Oligarchen, Despoten oder Kriegstrei-



Zwei Visualisierungen. 2140 Journalisten recherchieren 214.000 Briefkastenfirmen in aller Welt hinterher (oben), Logo der Recherchen (unten)

Die Ergebnisse der Falter-Recherchen und alle Hintergrundprojekte finden Sie auf <http://panama.falter.at>

bern dabei zu helfen, ihr Geld zu verstecken. Wir waren plötzlich im Besitz des internen Mailverkehrs der Sozietät mit ihren Kunden, lasen in internen Memos und amtlichen Dokumenten. Es waren höchst sensible Daten, verwirrend, meist zu privat oder schlicht uninteressant für eine breitere Öffentlichkeit.

Das Stöbern im Blacklight erfolgte zunächst erratisch. Wir gaben einzelne Begriffe ein („Österreich“, „Grasser“, „FPÖ“, „SPÖ“, „Lucona“, „Eurofighter“), dann suchten wir – so wie die deutschen Kollegen – systematisch mit riesigen Listen mittels „Batch-Search“. Wir erstellten Listen mit Namen, Organisationen oder Adressen, die politisch interessant sein könnten: die Namen von allen Politikern, Anwälten, Steuerberatern, Beamten, Richtern oder die Liste der reichsten Österreicher. Schließlich erstellten wir auch Listen mit allen „gv.at“-E-Mail-Adressen oder einfach nur Excel-Sheets mit allen Postleitzahlen.

Diese Listen jagten wir durch die Blacklight-Suchmaschine und wurden fündig. ORF-Kollege Günter Hack fand in wochenlangen Recherchen heraus, dass die Postleitzahl von Bregenz auffallend oft in den Akten vorkam – sie führte uns zur Hypo Vorarlberg, die wiederum Geschäfte mit einer Liechtensteiner Treuhandfirma tätigte, die im Namen russischer Oligarchen Offshore-Firmen von Mossack Fonseca einrichten ließ und das Konto in Bregenz hatte. Das Ergebnis der umfangreichen Recherche führte zum Rücktritt des Hypo-Vorarlberg-Chefs.

Je länger das Projekt lief, desto mehr wurde klar, dass diese Form der Recherche mit der herkömmlichen Arbeitsweise nicht mehr zu bewerkstelligen war. Wir teilten die Arbeit komplett auf, differenzierten den Arbeitsprozess wie Fließbandarbeiter. Der ORF stellte Datenjournalisten ab und Kollegen, die es verstanden, diese Daten zu visualisieren.

Dann gab es Kollegen, die in alter Manier Printgeschichten aus den Daten komponierten und die Recherchen allgemein verständlich in langen Texten niederschrieben. Schließlich brauchten wir auch klassische Investigativreporter, die die Ergebnisse der Datenrecherchen in der realen Welt bei ihren vertraulichen Informanten abklärten.

Erstaunlich war, dass sich alle Kollegen an die gemeinsam vereinbarte Deadline hielten. Nichts drang nach außen. Jeder wusste, dass nur der gemeinsame koordinierte Auftritt und die zeitgleiche Publikation hunderter Berichte jene globale Aufmerksamkeit erreichen konnten, die ein Thema wie Offshore-Industrie braucht, um die Politik zu Reformschrittchen zu bewegen.

Gibt es Risiken in solchen Projekten? Gewiss. Während in klassischen Zeitungsredaktionen Aufdecker neben Kollegen aus anderen Ressorts sitzen, die Enthüllungsgeschichten mitunter skeptisch hinterfragen, haben sich bei den Panama Papers im Wesentlichen Gleichgesinnte gefunden, die sich von ihrer Begeisterung über die Datenmenge anstecken lassen und in Details verrennen können. Das Schulterklopfen hätte manchmal weniger laut ausfallen dürfen. Eine strukturelle Kontrolle gab es zumindest in den virtuellen Rechercheplattformen nicht, die erfolgt noch immer ganz klassisch in den Zeitungsredaktionen, die die Texte dann entsprechend der jeweiligen Unternehmenskultur kritisch redigieren und hinterfragen.

Das wird sich wohl auch einmal ändern. Bis dahin müssen die guten alten Redaktionsstrukturen in Zeiten virtueller Recherche-teams ja auch noch für irgendetwas gut sein.

D

A

Die Menge an verfügbaren Daten ist in den letzten Jahren explodiert. Sie haben sich längst zum äußerst wertvollen Rohstoff entwickelt, auf dem zahlreiche profitable Geschäftsmodelle basieren. Die Produzenten der Daten allerdings werden an den daraus resultierenden Gewinnen meist nicht beteiligt, auch können sie in der Praxis nicht die Kontrolle darüber behalten, was mit ihren Daten passiert

Eine Studie von IDC prognostizierte ein Anwachsen der weltweiten Datenmenge zwischen 2013 und 2020 um das Zehnfache von 4,4 auf 44 Zettabyte. Das sind 44 Billionen Gigabyte – eine unvorstellbare Menge. Und die Geschwindigkeit, mit der die Datenflut wächst, erhöht sich stetig. Zum einen, weil wir im Internet mehr oder weniger freiwillig selbst dazu beitragen, immer mehr Daten über uns zu generieren, zum anderen, weil viele Daten, die bisher nur analog verfügbar waren, über den Weg der Digitalisierung der Welt zugänglich gemacht werden. Hinzu kommen immer mehr technische Geräte, die, vollgestopft mit Sensoren und angeschlossen an das Netz, eine unglaubliche Flut an Daten produzieren. Kostengünstige Speichertechnologien tragen dann dazu bei, dass diese Daten nicht aufgrund von knappem Speicherplatz aussortiert und weggeschmissen, sondern ge-

TEXT:
DANIELA ZIMMER,
MATHIAS
GRANDOSEK

Zu den Autoren

Daniela Zimmer,
Konsumentenschützerin der AK Wien mit den Schwerpunkten Telekommunikation, Internet, Datenschutz, Medien

Mathias Grandosek,
Mitarbeiter der wirtschaftspolitischen Abteilung der AK Wien

speichert, analysiert, kombiniert und (ökonomisch) verwertet werden.

Dies eröffnet natürlich für diverse Bereiche unseres Lebens völlig neue Möglichkeiten. Plötzlich sind Unmengen an Daten vorhanden, die etwa für den wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn zur Verfügung stehen und nicht erst mühsam erhoben werden müssen.

Auch im öffentlichen Bereich ist die Datenflut hilfreich. Zum Beispiel, wenn es um die Analyse und Optimierung von Verkehrsströmen geht oder wenn für öffentliche Verkehrsmittel Echtzeitdaten zur Verfügung stehen, die man auch seinen Fahrgästen online zugänglich macht.

Wertvoller Rohstoff

Längst haben Unternehmen die Macht der Daten entdeckt. Zahlreiche innovative Geschäftsmodelle basieren auf der Sammlung und Auswertung von Datenströmen. Da-

ten sind heute zentraler Rohstoff für die Geschäftswelt, ein immer größer werdender Teil der Wertschöpfung steht in direktem Zusammenhang mit Daten.

Google (Alphabet) etwa machte im Jahr 2015 einen weltweiten Umsatz von 66 Milliarden Euro, Facebook circa 15,78 Milliarden. Zusammen entspricht das ungefähr der Höhe aller in diesem Jahr vom Bund eingehobenen Steuern in Österreich. Diese Umsätze steigen jedes Jahr im zweistelligen Prozentbereichen.

Das Geschäft mit Daten wird somit auch zu einem Faktor der Konjunktur. Deshalb widmet sich auch die EU dem Thema und propagiert im Rahmen ihrer Strategie zum digitalen Binnenmarkt diverse Maßnahmen, um die Potenziale von Big Data als Wachstumsmotor zu nutzen, etwa um Initiativen um Daten des öffentlichen Sektors zur weiteren Verwendung verfügbar zu machen.

DATA

Ein Punkt, den die EU-Kommission auf ihrer Big-Data-Agenda vernachlässigt, ist der Strukturwandel, den die Datenwirtschaft mit sich bringt. Bei gleichen Umsätzen erzielen Datenunternehmen im Verhältnis zu anderen Branchen überdurchschnittliche Gewinne und beschäftigen dabei wesentlich weniger Menschen. Abgesehen von der Problematik, dass diese international agierenden Konzerne es wesentlich leichter haben, Steuerschlupflöcher zu nutzen, ergibt sich durch diese Schieflage langfristig die Schwierigkeit, Staatsaufgaben zu finanzieren, solange die meisten Steuerquellen stärker am Faktor Arbeit ansetzen als am Gewinn oder der Wertschöpfung.



Google und Facebook machten 2015 so viel Umsatz, wie Österreich an Steuern einhebt – mehr als 80 Milliarden Euro

Unsere digitalen Zwillinge

Anwendungen wie Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Apps sind keinesfalls gratis. Alle, die sie konsumieren, gelten sie mit dem Handelswert ihrer Daten ab. Diese Da-

ten bilden die Basis für Werbung, Marktforschung, Adresshandel, für Persönlichkeits-, Mobilitäts- und Verhaltensprofile, für effizientere Unternehmenssteuerung und Entwicklungsprognosen, für individualisierte Produkt- und Dienstleistungsangebote, für Wirtschaftsauskunfteien und vieles andere. Jeder Internetnutzer hat einen „digitalen Zwilling“, dessen Eigenschaften, Vorlieben, Interessen, Gewohnheiten, Beziehungen zum Freundeskreis oder Arbeitgeber kennt die Onlinewirtschaft oft genauer als der Betroffene selbst.

Alleine aufgrund von 170 Likes auf Facebook lassen sich mit einer Zuverlässigkeit von 65 bis 95 Prozent Merkmale wie ethnische Herkunft, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Religion oder politische Einstellung prognostizieren. Im Gegensatz zu den Userinnen sind aber die Unternehmen selbst alles andere als transparent. Welche Daten zur Analyse herangezogen werden und wel-

che Algorithmen dabei eine Rolle spielen, wird äußerst ungerne preisgegeben. Problematisch werden solche statistischen Analysen allerdings, wenn diese dann im Einzelfall zu konkreten Konsequenzen führen, etwa weil durch ein solches Profiling die persönliche Kreditwürdigkeit beurteilt wird. Dann kann es schon vorkommen, dass ein Kreditantrag automatisiert abgelehnt wird, weil zufällig die Wohngegend ein höheres Risiko vermuten lässt, auch wenn die tatsächliche Lebenssituation der Betroffenen ganz anders ist.

Nach Schätzung der Boston Consulting Group wird der Handelswert persönlicher Daten 2020 allein in Europa 330 Milliarden Euro betragen. Dass Internetnutzerinnen sich des Werts ihrer Daten zunehmend bewusst werden, haben auch Marketingstrategen bereits einkalkuliert: Man beginnt, sie

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von Seite 25

am Datenfluss mitverdienen zu lassen. Mit der App von Shopkick z.B. lassen sich Produkte einscannen und individuell bewerten; dafür gibt es geldwerte Bonuspunkte. In der Regel haben Internetnutzerinnen aber keinen Einblick, welche Daten und Erkenntnisse über ihre Person gesammelt und weiterveräußert werden und wer die Empfänger dieser Informationen sind.

Mit seinem Buch „The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society“ hat der Soziologe David Lyon schon 1994 das Konzept des „Social Sorting“ beschrieben – also die ständige Klassifizierung der Bevölkerung auf Basis ihrer persönlichen Daten durch Software-Algorithmen. Am Ende stehen subtile Reihungen, durch die manche User gegenüber anderen privilegiert würden – etwa durch unterschiedliche Preise oder Wartezeiten –, und manche würden überhaupt ausgeschlossen.

Die europäische Datenschutzstrategie

Auf vier in hoffnungsvollem Grün gestalteten Seiten fasste die EU-Kommission im April 2015 zusammen, wie sie die EU-Datenschutzreform und eine möglichst schrankenlose Nutzung von Big Data in harmonische Beziehung setzen möchte. Der Hauptvorteil von Big Data läge darin, so die Kommission, Muster in verschiedenen Datenquellen auszumachen und daraus „nützliche Erkenntnisse“ zu gewinnen. Nützlich mögen wohl viele Datenverknüpfungen sein. Nach unserem Grundrechtsverständnis reicht nachgewiesene Nützlichkeit aber nicht aus, dass personenbezogene Daten auch tatsächlich verwendet werden dürfen.

Dass die EU-Kommission das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in Bezug auf den Datenschutz stärken möchte, ist angesichts der Umfrageergebnisse des Eurobarometers keine schlechte Maxime: 92 Prozent der in Österreich Befragten Österreicherinnen und Österreicher sprachen sich für eine Priorität des Datenschutzes in der EU aus. Nach Ansicht von 78 Prozent der Befragten verfügen Serviceanbieter über zu viele Informationen über das Verhalten und die Vorlieben ihrer Nutzer. 73 Prozent wollen um ihre ausdrückliche Zustimmung gefragt werden, bevor ihre persönlichen Daten gespeichert werden. Nur 22 Prozent halten die Anbieter von Suchmaschinen, sozialen Netzwerken oder Maildiensten für vertrauenswürdig.

Wem gehören die Daten?

Anfang Mai 2015 veröffentlichte die EU-Kommission eine Mitteilung zur „digitalen Binnenmarktstrategie für Europa“ und kündigte darin an, dass das dringliche Thema des Eigentums an Daten mit Stakeholdern erörtert werden müsse. Dieser Eigentumskonflikt an Daten entzündet sich gerade an der Entwicklung des „Internet der Dinge“. Damit sind Waren gemeint, die durch Onlineanbindung und Sensoreneinbau permanent Daten erzeugen, welche personenbezogene Rückschlüsse erlauben. Hippe Vorhut dieser Entwicklung sind „Wearables“, Fitnessarmbänder, die den Puls oder andere Daten im Schlaf messen und diese Daten auch an Dritte übermitteln können. Mit dem „Internet der Dinge“ verwirklicht sich letztlich die Vision, alle Gegenstände – vom Auto über die Kleidung bis zur Zahnbürste – ins Internet zu integrieren und so mit einer eigenen „Identität“ zu versehen. So generiert ein vernetztes Auto nicht nur techni-

sche Daten, sondern auch solche über das Fahrverhalten des Fahrers. Auf der Agenda von Verbraucherschützern stehen damit zusätzliche Aufgaben: sich für ein frühzeitiges Risikobewusstsein und vorsorglichen Schutz für Konsumentinnen und Konsumenten durch Gesetzgebung und Kontrollbehörden einzusetzen.

Eine Frage des Wettbewerbs

Eigentum an Daten ist aber nicht nur in datenschutzrechtlicher Hinsicht relevant, es wirft auch wettbewerbsrechtliche Probleme auf. Vom Kühlschrank bis zum Auto produzieren immer mehr Geräte kontinuierlich Daten und senden diese zum Teil an den Hersteller. Dies ist bei Fahrzeugen oder Flugzeugmotoren sicherlich in vielen Fällen sinnvoll, wenn dadurch sicherheitskritische Defekte frühzeitig erkannt oder Serviceintervalle kostensparender dem tatsächlichen Bedarf angepasst werden können. Doch was passiert, wenn der Zugriff auf solche Daten nur dem Hersteller vorbehalten sind und man gezwungen wird, Ser-

tem eine ständige Verfolgung erlauben, ist es natürlich besonders leicht, jeden Schritt von Mitarbeitern minutengenau zu protokollieren. Eine stärkere Kontrolle fällt dabei als „Zusatzprodukt“ automatisch an. Gerade in Zeiten von Big Data wird somit nicht nur in den privaten und persönlichen Bereichen die Auseinandersetzung mit Datenschutz wichtiger, sondern es bedarf auch der Weiterentwicklung des betrieblichen Datenschutzes.

Wir haben doch nichts zu verbergen

Big-Data-Begeisterte verweisen gerne darauf, dass in Zeiten exzessiver Nutzung von Facebook Privatpersonen ohnedies praktisch alles von sich preisgeben und Privatsphäre deshalb an bürgerrechtlicher Bedeutung eingebüßt habe. Aus dem unstrittigen Hang vieler Leute, sich in sozialen Netzwerken unbesonnen zu verhalten, kann nicht geschlossen werden, dass ihnen Datenschutz nicht wichtig wäre. Sie sorgen sich um den Datenschutz, haben aber weder die zeitlichen, informationellen noch finanziellen Ressourcen, jeden Tag aktiv dafür einzutreten. Sie nehmen Datenschutz als kollektive Aufgabe einer Demokratie wahr. Sie erwarten sich vorsorglichen Schutz durch klare Ge- und Verbote sowie eine wirksame Kontrolle durch staatliche Einrichtungen.

Der Zug zur Digitalisierung und zur Nutzung von Daten ist nicht mehr aufzuhalten. Und in vielen Fällen wäre das auch kontraproduktiv. Doch die Felder, die dabei neue Regeln brauchen, sind vielfältig und reichen vom Wettbewerbsrecht über das Arbeitsrecht bis zum besonders wichtigen Daten- und Konsumentinnen- und Konsumentenschutz.

Mit der kürzlich beschlossenen Datenschutzgrundverordnung hat sich die EU auf ein Datenschutzkonzept geeinigt, das das bisherige Schutzniveau in Österreich zugunsten erhoffter Wachstumsimpulse durch Big Data absenken dürfte. So soll Datenverarbeitung, an der ein berechtigtes Interesse besteht, auch ohne Zustimmung der Betroffenen erlaubt sein, solange diese nicht ein überwiegendes Geheimhaltungsinteresse einwenden. Mit anderen Worten: An Stelle des Vorrangs für den Datenschutz, von dem nur in begründeten Einzelfällen abgegangen werden kann, tritt die allgemeine Anerkennung eines Verwertungsinteresses an persönlichen Daten. Vor allem aber wurde das Prinzip der Zweckbindung zum Auslaufmodell erklärt. Dieses hält den Datennutzer dazu an, sich auf jene Daten zu beschränken, die für die Erfüllung des konkret benannten Zwecks erforderlich sind. Enge Zweckbindung steht freilich dem Wesen von Big-Data-Anwendungen diametral entgegen, die auf möglichst großen Datenmengen basieren und nach unbekanntem Zusammenhängen und zufälligen Verwertungsmöglichkeiten suchen. Daten dürfen also künftig für andere als den ursprünglichen Zweck weiterverarbeitet werden. Der neue Verwendungszweck muss mit dem alten nur irgendwie argumentativ vereinbar sein.

Ob und wohin der datenbeladene Zug fährt, entscheiden somit selten die Konsumentinnen selbst. Sie haben zwar ein individuelles Widerspruchsrecht. Gestärkte Verbraucherrechte sehen freilich anders aus: sie schützen vorsorglich. Dem einzelnen Verbraucher zu überantworten, den rasenden Zug mit einem individuellen Manöver zu bremsen, birgt ein Risiko: Man kann von ihm auch überrollt werden ...



Vom Kühlschrank bis zum Auto produzieren immer mehr Geräte kontinuierlich Daten und senden sie an die Hersteller. Das kann im Interesse der Sicherheit sinnvoll sein.

Die Frage bleibt: Wem gehören diese Daten?



Aus dem Eurobarometer

♦ **92 Prozent** der in Österreich Befragten sprachen sich für eine Priorität des Datenschutzes in der EU aus

♦ **73 Prozent** wollen um ihre Zustimmung gefragt werden, bevor ihre persönlichen Daten gespeichert werden

♦ **22 Prozent** halten Anbieter von Suchmaschinen, sozialen Netzwerken oder Maildiensten für vertrauenswürdig

viceleistungen nur von diesem zu beziehen? Gehören die von meinem Auto produzierten Daten mir oder jemand anderem? Der Fall des Traktorherstellers Deere, der in einem Gerichtsverfahren argumentierte, dass der Käufer zwar Eigentum am Traktor, also der „Hardware“, erworben hat, aber nicht an der Software – ohne die das Fahrzeug natürlich nutzlos ist –, zeigt, wie schwierig es in Zukunft sein wird, hier eine sinnvolle rechtliche Basis herzustellen. Das lässt sich natürlich auch auf die Daten ausweiten, die nur vom jeweiligen Hersteller ausgelesen werden können. Die Möglichkeiten, ein Gerät selbst zu reparieren oder einer unabhängigen Werkstatt zur Reparatur zu überlassen, sinken damit gegen null, wenn es nicht gelingt, hier die richtigen rechtlichen Rahmenbedingungen zu setzen. Exklusive Verfügungsgewalt über Daten kann zu einem wettbewerbsrechtlichen Problem führen und Unternehmen eine monopolartige Stellung verleihen.

Big Data am Arbeitsplatz

Auch im Arbeitsleben sehen sich Menschen durch Datenanalysen einer steigenden Kontrolle ausgesetzt. Dabei ist es nicht einmal notwendig, spezielle Überwachungsmaßnahmen zu installieren. Es reicht, wenn man zum Beispiel vernetzte Logistikketten einsetzt. Etwa bei modernen Hochregallagern. Dort gibt es kein vorgegebenes Ordnungssystem mehr. Freier Lagerplatz wird vom Computer in Echtzeit den Waren zugeordnet. Das spart Platz, Zeit und damit auch Kosten. Doch wenn Lagermitarbeiterinnen als Teil eines solchen Systems mit Geräten ausgestattet werden, die im Sys-

Wo in **Wien** über digitale Themen diskutiert wird

Man sollte es nicht meinen, aber der Austausch von Mensch zu Mensch lässt sich durch nichts ersetzen. Das digitale Wesen wird an mehreren Orten Wiens ganz herkömmlich diskutiert; die älteste Form der Öffentlichkeit lässt sich also auch durch neueste Medien nicht abschaffen.

q/talk

Seit 1999 vergibt quintessenz, der sich selbst „Verein zur Wiederherstellung der Bürgerrechte im Informationszeitalter“ nennt, jährlich den „Big Brother Award“ für Verletzung des Datenschutzes. Darüber hinaus findet jeden letzten Dienstag im Monat ein q/talk im Museumsquartier statt. Zuletzt ging es um die Frage, ob Maschinen intelligenter als Menschen werden können.

quintessenz, quartier21/MQ, Museumsplatz 1, 1070 Wien, www.quintessenz.at

Digital Society & Club Computer

Seit April 2016 gibt es die monatlichen DiGiTalks der Digital Society; zuletzt drehte es sich um autonome Autos. Im Herbst geht die Diskussionsveranstaltung weiter. In der Zwischenzeit kann man die Sommerheiligen von Partner Club Computer, den es seit

Debatte! Wo man in Wien über digitale Medien und Informationsgesellschaft diskutiert.

Eine Übersicht

TERMINE:
ANNA
GOLDENBERG

Dialog.arbeit.digital

Im Herbst 2016 startet die AK Wien die Dialogreihe arbeit.digital, um Themen wie Crowdwork, digitale Bildung oder Mitbestimmung in digitalen Zeiten breit zu diskutieren

den 1990er-Jahren gibt, besuchen.

Digital Society, Graben 17/10, 1010 Wien, www.digisociety.at

ClubComputer, Siccardsburggasse 4/1/22, 1100 Wien, www.clubcomputer.at

Chaos Computer Club Wien

Anfang des Jahres etablierte sich der österreichische Ableger der Hackervereinigung Chaos Computer Club in Wien neu. Informationsfreiheit, kritischer Umgang mit elektronischen Medien sowie Verbreitung von freien Technologien gehören zu den Schwerpunkten des Vereins. Jeden dritten Dienstag im Monat finden offene Treffen („Chaos, Communication, Caffeine“) statt.

Chaos Computer Club Wien, Metalab, Rathausstraße 6, 1010 Wien, www.c3w.at

Digitaler Salon

DigitalCity.Wien wurde 2015 von Gewerbetreibenden in der Informations- und Kommunikationstechnologie, die Wien als digitalen Standort stärken wollen, gegründet. Seit April 2016 findet einmal monatlich ein digitaler Salon statt; auf einen zwanzigminütigen Impulsvortrag (bisherige Themen: Digitalisierung in der Stadtplanung, sich verändernde Arbeitswelten aus Sicht ei-

ner Aufsichtsrätin) folgt eine Diskussion. Nach der Sommerpause geht es im September weiter.

www.digitalcity.wien/digitaler-salon/

Metalab Wien

Der Gemeinschaftsraum hinter dem Rathaus steht allen offen, die sich im breiten Feld der Informations- und Kommunikationstechnologie austauschen wollen. Zahlreiche Initiativen, wie etwa der AKVorrat, der sich gegen Vorratsdatenspeicherung einsetzt, sind hier entstanden. Es finden beinahe täglich (kostenlose) Veranstaltungen verschiedener Gruppen statt. Regelmäßigen Nutzern wird eine Mitgliedschaft (€ 20,-/Monat) ans Herz gelegt, da sich der Verein größtenteils dadurch finanziert.

Metalab Wien, Rathausstraße 6, 1010 Wien, www.metalab.at

Barcamp

Ein Barcamp ist eine Ad-hoc-Konferenz, bei der sich alle Teilnehmer am Programm beteiligen – ob in Form von inhaltlichen Beiträgen oder bei der Organisation. Die Sessions werden vor Ort geplant. Seit knapp zehn Jahren gibt es diese auch in Wien. Die Themen sind vielfältig; auch Digitales wird oft diskutiert. **F**

Netzpolitischer Abend Wien: ein Diskussionsbericht

Das Metalab, Wiens Hackerspace hinter dem Rathaus, war gesteckt voll, als Anfang Dezember 2015 der erste netzpolitische Abend in Wien über die Bühne ging. Mit rund 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, engagierten Diskussionen und anschließendem Bier- und Club-Mate-Trinken war der Abend genauso wie erwartet und wie er in Berlin schon 50-mal über die Bühne gegangen ist. Das Konzept für den netzpolitischen Abend stammt von der deutschen Bürgerrechtsorganisation Digitale Gesellschaft e.V., die sich in Berlin im lokalen Ha-

Weitere Infos:
www.netzpolitischerabend.wordpress.com
www.facebook.com/netzpolitischerAbendAT

ckerspace c-Base trifft. Wissenschaftler Leonhard Dobusch hat die Idee nach Wien importiert und rund 30 interessierte Personen eingesammelt, die sich an der Organisation beteiligen. Seither gibt in Wien an jedem ersten Donnerstag pro Monat den „Netzpolitischen Abend AT“. Dabei kommen netzpolitisch interessierte Menschen abseits des digitalen Raumes zusammen, um sich gemeinsam Vorträge anzuhören und zu diskutieren. Natürlich gibt es aber auch im Internet unter dem Hashtag #netzPAT einen Austausch. Pro Abend finden drei Vorträge

und mehrere Blitzvorträge statt, die in Hackerkreisen als „Lightning Talks“ bezeichnet werden. Die Themen drehen sich dabei rund um Überwachung, Datenschutz, Open Data oder digitale Medienkompetenz. Sieben Veranstaltungen gab es bis Juni, jetzt ist der netzpolitische Abend in der Sommerpause, bevor es am 1. September weitergeht. Für Daheimgebliebene gibt es immer einen Video-Stream und mehrere Freie Radios in Österreich strahlen die einstündige Zusammenfassung terrestrisch aus.

BARBARA WIMMER



Der gebürtige Waldviertler Christian Fuchs lehrt Medienökonomie an der Londoner Westminster Universität

„Die sozialen Netzwerke sind die größten Werbeagenturen“

Digitale Ökonomie ist das Thema dieses Heftes. Es ist auch ein gern geäußertes Schlagwort. Wir reden von Visionen wie dem Verlust von Arbeitsplätzen durch Automatisierung, z.B. im Handel. Wir haben diese Automatisierung schon jetzt an der Supermarktkasse, wo wir selbst und der Computer die Kassiererin ersetzen. Digitalisierung betrifft viele andere Branchen: Im Taxi- und Übernachtungsgewerbe sind die Folgen jetzt schon absehbar. Wir reden natürlich bei digitaler Ökonomie auch von Umbrüchen in der Medienlandschaft. Wir reden vom Aufstieg der Social Media, der sogenannten Social Media sollte man vielleicht sagen, die mittlerweile längst zu den umsatzstärksten Unternehmen der Welt zählen. Das alles hängt zusammen mit technischen Entwicklungen, aber auch – was gerne übersehen wird – mit Marktliberalisierungen. Vielleicht kann man deswegen die Digitalisierung als eine Art technischen Ausdruck des Neoliberalismus bezeichnen. Zumindest in der Form, wie wir sie jetzt kennen. Sie hätte natürlich ganz andere, emanzipative Möglichkeiten. Beides war Gegenstand des Medienquartetts auf Okto (siehe nächste Seite). Es ging um die Macht der Konzerne und über das, was man vielleicht anders machen könnte als sie.

Christian Fuchs, in England lehrender marxistischer Medienökonom, über kommerzielle Realität und politische Möglichkeiten im Netz

AUFZEICHNUNG
EINES OKTO-TV-
MEDIENQUARTETTS

Armin Thurnher: Schönen guten Abend beim Medienquartett. Über digitale Ökonomie sprechen wir heute mit Christian Fuchs. Sein Forschungsschwerpunkt sind Social Media. Er beschreibt, wie sie funktionieren, wie sie einflussreich wurden und welche Gefahren sie mit sich bringen und was man ändern könnte. Herr Fuchs, Sie sind darüber hinaus Marxist, also marxistischer Ökonom, marxistischer Medienökonom. Können Sie uns näher erklären, was das genau ist und wie man heutzutage Marxist wird?

Christian Fuchs: Ich denke, dass marxistische Gesellschaftstheorie heute wieder sehr relevant geworden ist. Vor allen Dingen durch die Krise, die 2008 begonnen hat und die eine systematische Krise des Kapitalismus ist, ist wieder sehr viel Interesse an dem Werk von Karl Marx entstanden. Die Frage ist auch: In welcher Hinsicht kann Marx uns heute etwas über die Medien sagen? Natürlich hat Marx weder das Internet beschrieben noch die sozialen Medien. Allerdings gibt es bei ihm einige Elemente, die heute immer noch interessant sein könnten. Marx war in seiner Zeit ein Journalist und hat auch geniale Polemiken geschrieben. Schon wenn man sich seine journalistischen Arbeiten ansieht, könnte er so eine Art Rollenmodell für heute sein.

Thurnher: Er war ja Auslandskorrespondent für amerikanische Zeitungen.

Fuchs: Ja. Andererseits hat Marx auch über die Technik geschrieben. Also das Kapitel im „Kapital“, Band I, über Maschinerie und große Industrie² ist so eine Art frühe Soziologie der Technik. Was Marx da uns eigentlich sagt, ist, dass wir dialektisch über die Technik denken sollten. Dialektisch denken heißt, dass wir die Technik und die Medien in Widersprüchen denken. Marx hat keine einseitige Auffassung der Technik und der Medien, sondern er sagt: Wir müssen die Technik in gesellschaftliche Verhältnisse eingebettet betrachten und sehen dann, dass es sowohl große Chancen als auch Risiken gibt, die gleichzeitig nebeneinander existieren. Marx hat sich auch die neuen Medien seiner Zeit angesehen. Er war durchwegs ein Theoretiker dieser neuen Medien. Allerdings waren die neuen Medien damals nicht das Handy und auch nicht Google und nicht Facebook, sondern im 19. Jahrhundert war das der Telegraf. Marx hat beschrieben, wie die Transport- und Kommunikationsmittel eine Rolle bei der ökonomischen und gesellschaftlichen Globalisierung gespielt haben, dass es so eine Art Dialektik von Kommunikationstechnologien und Globalisierung gibt. Das heißt, diese neuen Medien – das hat er damals schon be-

schrieben – sind einerseits das Resultat der Globalisierung, andererseits sind sie ihre Voraussetzung.

Der erste Satz im „Kapital“ lautet: „Der Reichtum der Gesellschaften, in welchen kapitalistische Produktionsweise herrscht, erscheint als eine ‚ungeheure Warensammlung‘, die einzelne Ware als seine Elementarform“. Marx ist ein Theoretiker der Warenform. Das bedeutet, wenn wir den Kapitalismus analysieren, stellen wir immer die Frage danach, was ist die Warenform, mit der wir es zu tun haben. Waren werden durch Arbeit produziert. Allerdings ist es in der kapitalistischen Gesellschaft so, dass diese Waren, in denen sich Wert vergegenständlicht, nicht von den unmittelbaren Produzenten besessen werden, sondern es eine Entfremdung der Eigentumsverhältnisse gibt. Sehen wir die sozialen Medien an, so können wir uns die Frage stellen, was da die Ware ist. Erstens kann die Ware Technologie sein, die wir kaufen und verkaufen: Die Industrie verkauft Medientechnologien. Zweitens können es Medieninhalte sein. Und drittens kann es Werbung sein. Was bei Werbung verkauft wird, ist die Aufmerksamkeit der Menschen. Wenn wir von sozialen Medien wie Facebook, Google, Twitter sprechen, wird da nicht der Zugang zu diesen Plattformen verkauft, dieser Zugang ist frei. Also muss die Ware etwas anderes sein.

Thurnher: Der Zugang ist gratis ...

Fuchs: Er ist nicht frei, aber er ist gratis. Wir bezahlen nicht dafür. Das heißt, die Ware ist etwas anderes. Die Waren sind die nutzergenerierten Daten und die Metadaten, die an werbetreibende Unternehmen verkauft werden, die dann personalisierte Werbung zur Verfügung stellen. Das bedeutet, von Marx können wir auch lernen, Unternehmen wie Google, Facebook und so weiter nicht als Kommunikationsunternehmen zu betrachten. Sie sind die weltgrößten Werbeagenturen, die ganz massiv Daten umwälzen und in die Warenform verwandeln.

Thurnher: Das werden wir uns auf jeden Fall merken, dass Social Media nicht Medien sind, sondern Werbeagenturen. Vielleicht bleiben wir noch kurz beim Marxismus. Fast schien er ja wie eine eher ausgestorbene Disziplin, und Marx war ein toter Hund. Ist es in England, ist es im angelsächsischen Raum anders? Wie wird man da als Marxist Universitätsprofessor und wie sind Sie selber auf Marx gekommen?

Fuchs: Marxismus bedeutet immer, politisch zu denken. Politisch zu denken und in Österreich aufzuwachsen bedeutet auch, mit den Kontinuitäten des Rechtsextremismus konfrontiert zu sein. Mein Einstieg in die Politik war der Antifaschismus. Ein Zusammenhang, der mich da sehr früh interessiert hat, ist die Rolle der Medien, vor allen Dingen der *Kronen Zeitung*, die ja eine gewisse Rolle gespielt hat, dass Jörg Haider und die FPÖ so groß geworden sind.³ Natürlich ist für Marx auch die Analyse von Ideologie ein ganz wichtiger Bestandteil. Wenn wir jetzt einmal davon ausgehen, Rassismus und Rechtsextremismus sind eine Form der Ideologie, dann müssen wir diese Ideologie verstehen. Für Marx ist sozusagen Ideologie eine bestimmte Form der Kultur, die versucht, kollektives Bewusstsein zu manipulieren. Ideologie ist nicht reduzierbar auf Ökonomie, sie ist aber auch nicht unabhängig von ihr. Was mich interessiert, ist dieser Ansatz – Raymond Williams nennt

ihn kultureller Materialismus⁴ –, wo man sich die Frage stellt: Was hat Ideologie und was hat Kultur mit den materiellen Produktionsverhältnissen zu tun? Ideologie ist ja nicht eine Struktur, die frei herumschwirrt, sondern es gibt ganz konkrete Produktionsverhältnisse der Ideologie. Es gibt die Ideologen, die in bestimmten gesellschaftlichen Verhältnissen diese Ideologien produzieren. Das war mein Einstieg zum Interesse an den Medien.

Thurnher: Das haben Sie jetzt sehr abstrakt ausgedrückt. Es kommt nicht jeder Leser der *Kronen Zeitung*, der sich ärgert, dass die *Krone* damals Haider groß gemacht hat oder dass der Staberl wie Haider Presseagent geschrieben hat, sofort auf



Bei sozialen Medien wird nicht der Zugang verkauft. Also muss die Ware etwas anderes sein: Es sind die Daten der Nutzer, die an werbetreibende Unternehmen weiterverkauft werden

CHRISTIAN FUCHS

die Idee: Aha, wie durchschaue ich das kritisch, wo finde ich meine passende kritische Theorie dazu? Wie ist Ihnen da das Licht aufgegangen?

Fuchs: Ich habe gemerkt: Wollen wir jetzt Medien und Kapitalismus verstehen und Ideologie und Kapitalismus, brauchen wir Gesellschaftstheorien. Mein Einstieg war die Frankfurter Schule, vor allem die Arbeiten von Herbert Marcuse, auch Habermas, Adorno. Weil ja all diese kritischen Gesellschaftstheorien mehr oder weniger auf Marx zurückgehen, hat mich dann das Original interessiert. Es hat mich fasziniert. Es geht mir um den Zusammenhang von Kultur, Medien und Kapitalismus einerseits. Andererseits hatte ich immer dieses Interesse für Technik, vor allem für die Computertechnologie, was damit zu tun hat, dass ich Informatik studiert habe. Ich habe versucht, diese Interessen zu kombinieren und bin bei der Technikphilosophie und bei der Philosophie und kritischen Theorie der Informationstechnologie gelandet. Und bei der kritischen Theorie des Internets, der sozialen Medien, der digitalen Medien. Das habe ich zu meinem Forschungsgebiet gemacht.

Lina Paulitsch: Die kritische Theorie in den 60er-Jahren bzw. nach dem Zweiten Weltkrieg ist im Kontext von Massenproduktion und Industrialisierung zu sehen. Marcuses Begriff von Ideologie setzt immer bei diesem Massendenken an. Man kann sich leichter vorstellen, dass es einen Ideologen gibt wie die *Kronen Zeitung*, die eine Meinung produziert, die Rezipienten wahrnehmen. Aber wie sind da Social Media zu sehen in Bezug auf Massenproduktion?

Fuchs: Natürlich hat sich Ideologieproduktion verändert. Einerseits gibt es noch die Massenmedien. Kritische Massenmedien einerseits; Boulevardmedien, die die Dinge vereinfachen und vereinfacht darstellen andererseits. Soziale Medien haben jetzt überall Einzug gehalten. Facebook, YouTube, Twitter und so weiter werden ganz stark genutzt und sind auch nicht unabhän-

1 <http://fuchs.uti.at/books/reading-marx-in-the-information-age-a-media-and-communication-studies-perspective-on-capital-volume-1/>
<http://fuchs.uti.at/books/digital-labour-and-karl-marx/>

2 www.mlwerke.de/me/me23/me23_391.htm

3 <http://blogs.lse.ac.uk/eurocrisispress/2016/06/16/capitalism-today-the-austrian-presidential-election-and-the-state-of-the-right-and-the-left-in-europe/>

4 <https://www.youtube.com/watch?v=89CfGQpprw>
<http://fuchs.uti.at/books/culture-and-economy-in-the-age-of-social-media/>

5 Diese Studie wird im Journal of Language & Politics veröffentlicht werden: <https://benjamins.com/#catalog/journals/jlp/issues>

gig von den traditionellen Massenmedien. Gleichwohl haben sie neue Möglichkeiten wie nutzergenerierte Inhalte. In Großbritannien hat die Labour Party einen neuen Parteiführer, Jeremy Corbyn. Dort kann man antisozialistische Ideologie ganz gut beobachten. Einerseits sind es die Boulevardmedien, die stark gegen Corbyn orientiert sind und sagen, jetzt ist ein Linker, der sich Sozialist nennt, Parteichef der Labour Party. Das wird als etwas ganz Schlimmes wahrgenommen. Man vereinfacht, wofür Jeremy Corbyn steht. Das Interessante ist aber, in sozialen Medien werden diese Klischees teilweise reproduziert. Ich habe eine Analyse von Twitter gemacht.⁵ Dort wird Ideologie auf 140 Zeichen komprimiert. Man könnte sagen, es ist so eine Art nutzergenerierte Ideologie. Sie ist aber nicht unabhängig von der Ideologie, die man in den rechten Boulevardmedien findet, es gibt direkte Verbindungen. Sehr häufig ist es sogar so, dass User, die sich gegen Corbyn wenden, Links zu Zeitungsartikeln posten und dann ganz vereinfachte Nachrichten bringen. Ideologie funktioniert auf sozialen Medien über ganz vereinfachte Mitteilungen. Es wird nicht argumentiert. Es gibt Attacken auf die Person. Da wird gesagt: Corbyn ist ein sozialistisches Schwein. Corbyn ist ein radikaler linker Idiot. Corbyn ist ein linker sozialistischer Kotzbrocken. Darauf reduziert es sich dann irgendwie. Es wird gar kein rationales Argument geäußert. Andererseits vergisst man, dass Massenmedien, und das geht hin bis zum *Guardian* und zur BBC, auch nur die Gegner von Corbyn interviewen und nicht seine Unterstützer. Und das, obwohl hunderttausende Menschen seinetwegen in die Labour Party eingetreten sind. Die Stimmen dieser Menschen werden aber nicht gehört. Was machen diese Leute? Die gehen ebenfalls in die sozialen Medien und machen dort dann ganz andere Mitteilungen. Sie versuchen, stärker zu argumentieren. Man kann auf irrationale Ideologie allerdings schwer direkt mit rationalen Argumenten kontern. Was sehr gut funktioniert, ist Satire und Humor. Es gibt Satiriker und Komödianten, die die sozialen Netzwerke genutzt haben, um Corbyn zu verteidigen.

Richard Richter: Naive Rückfrage: Sie haben jetzt ein paar Zitate vorgelesen, die würde ich einfach nur Beschimpfungen nennen. Sie bezeichnen das aber bereits als Ideologie. Nun, was ist denn passiert in unserer Gesellschaft? Vor ein paar Jahrzehnten hat man gesagt, dass sind ein paar Idioten, die schimpfen da herum, die haben ja nichts zu melden, die nimmt keiner ernst. Jetzt wird das auf einmal ideologiemächtig. Wie kann das funktionieren? Wie müssen wir uns das vorstellen?

Fuchs: Ich würde sagen, bei Ideologie geht es um Behauptungen, die nicht mit der Realität übereinstimmen. Diese antisozialistische Ideologie ist gar nichts Neues. In Großbritannien geht sie auf die 80er-Jahre zurück, auf den Diskurs der „Loony Left“. Man hat damals Tony Benn und andere als verrückte Linke bezeichnet. Man versuchte, sie zu verunglimpfen, und man versuchte, die Weltanschauung der Linken, Sozialismus oder demokratischer Sozialismus als Alternative zum Kapitalismus, als etwas völlig Lächerliches darzustellen. Man geht gar nicht auf die eigentlichen Argumente ein. Beispielsweise wissen wir ja, dass die Kapitalbesteuerung seit den 70er-Jahren ganz



Das Okto-Medienquartett

wird seit Oktober 2011 auf dem Community-TV-Sender Okto ausgestrahlt. Dieses medienkritische Diskursformat wurde von Okto gemeinsam mit dem Presseclub Concordia und der Diversity-Media-Watch-Einrichtung M-Media entwickelt. Das Okto Medienquartett beleuchtet sowohl grundsätzliche als auch aktuelle Fragen rund um den Themenkomplex Medien, Politik und Gesellschaft. Die 45. Sendung des Medienquartetts widmete sich dem Thema „Digitale Ökonomie“. Alle Sendungen sind im Netz abrufbar:

www.okto.tv/dasmedienquartett

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von Seite 29

massiv rückläufig ist. Während die Lohnquote, also der Anteil der Lohnsumme am Bruttoinlandsprodukt, in sehr vielen Ländern zurückgeht, nimmt die Kapitalquote kontinuierlich zu. Der Anteil von Kapital am Bruttoinlandsprodukt ist gestiegen. Jetzt war eine linke Schlussfolgerung: Ja, vielleicht müssen wir über die Idee, dass Kapital wieder stärker besteuert werden sollte, nachdenken. Wenn man jetzt aber versucht, Leute einfach zu verunglimpfen, dann wird davon abgelenkt, dass das ja konkrete politische Vorstellungen sind, um die es in linken Bewegungen und Parteien geht.

Richter: Da könnte man jetzt den Schluss daraus ziehen: Ihre Botschaft an die Medienrezipienten wäre, seid ideologiekritisch, eure Ideologiekritik fängt schon dort an, wenn ihr nicht mit jeder Kritik mitheult, sondern schaut, ob ein Argument dahintersteckt.

Thurnher: Ich würde auch versuchen, noch zu differenzieren, weil ich glaube, dass die Argumente dieser Ideologie sich natürlich auf eine ganz bestimmte Propaganda beziehen, die ganz gezielt auch von den neoliberalen Ideologen schon seit den späten 1940er-Jahren verbreitet wurde und die sich so durchgesetzt hat, dass sie jetzt überall das dominierende Argumentationsmuster ist. Der Ökonom Philipp Mirowski nennt es das neoliberale Denkkollektiv – das ist gar kein schlechter Ausdruck. Ich habe einmal große Empörung ausgelöst, weil ich gesagt habe, was in den Social Media passiert, ist in Wahrheit sehr parasitär, weil es sich immer bezieht auf etwas außerhalb von ihnen. Es werden Artikel zitiert oder man nimmt auf etwas Bezug und setzt dann noch so etwas scheinbar Privates oder Persönliches darauf. Ist dieser Eindruck falsch?

Fuchs: Zu einem gewissen Grad stimmt das. Zu einem gewissen Grad ist es falsch. Es kommt darauf an, welche sozialen Medien wir betrachten. Für politische Kommunikation ist im Moment Twitter sehr wichtig. Es kommt darauf an, welche Datensätze man sammelt, aber im Durchschnitt ist es schon so: 50 Prozent der Artikel haben Referenzen auf Online-Artikel, auf irgendwelche Bilder, die auf anderen Plattformen hochgeladen wurden, etwa auf Videos. Bei Twitter ist das aber spezifisch, weil man ja durch die Kürze auf 140 Zeichen beschränkt ist, daher nutzen die Leute ganz stark diese Links. Traditionelle Massenmedien spielen da eine wichtige Rolle. Andererseits werden Argumente und Strategien entwickelt, die es nur auf sozialen Medien gibt. Zum Beispiel hat man eine satirische Strategie gegen alle möglichen lächerlichen Behauptungen über Corbyn entwickelt, nämlich den Hashtag #suggestacorbynsmear.⁶ Die Nutzer sollen also ihre eigene Schmutzkübelkampagne entwickeln. Das war eine Grafik,⁷ deren Elemente man per Zufall kombiniert und aus denen dann ein völlig absurder Satz entsteht, der aber lustig klingt. So etwas wie „Corbyn ist wie Hitler, denn Hitler und Corbyn haben etwas gemeinsam, nämlich das ‚r‘ im Familiennamen“.

Thurnher: So etwas gibt es bei uns auch, die FPÖ betreffend. In den USA kennt man den Ausdruck „Mainstream Media“. Wenn man Anhänger von Bernie Sanders ist, der ähnlich behandelt wird wie Corbyn in England, bezeichnet man damit die von kommerziellen Interessen ganz offensichtlich gesteuerten Medien, die auch deswegen politische

Es diskutieren

Christian Fuchs, geboren in Waidhofen an der Thaya, studierte Informatik in Wien und habilitierte sich in Informations- und Kommunikationstechnologie und Gesellschaft in Salzburg. Heute ist er Professor für Internetforschung an der University of Westminster in London. Er ist Autor zahlreicher Bücher und ein renommierter Experte im angelsächsischen Raum. Sein Forschungsschwerpunkt sind Social Media



Richard Richter ist Psychotherapeut und moderiert auf Okto auch die Sendung „Europa und der Stier“



Lina Paulitsch studiert Philosophie und ist seit 2016 beim Medienquartett, wo sie Herlinde Pauer-Studer vertritt



Armin Thurnher, Herausgeber des Falter, gehört von Anfang an zum Team des Okto-Medienquartetts

Präferenzen haben. Dagegen grenzt man die „Alternative Media“ ab, die Gegeninformationen liefern, weil sie eben nicht so kommerziell orientiert sind oder nicht überwiegend kommerzielle Ziele haben. Wie schaut denn das Verhältnis bei uns aus? Kann man überhaupt differenzieren zwischen Medien, die einen gemäßigten Profitanspruch haben, die Entscheidung zugunsten von Qualität oder politischer Haltung stellen, und Medien, die überhaupt nur von Profitinteressen getrieben sind? Und wie verhält es sich bei den Social Media?

Fuchs: Grundsätzlich würde ich schon die Unterscheidung treffen zwischen kommerziellen, profitorientierten Medien und nichtkommerziellen, nichtprofitorientierten Medien. Wir sind ja jetzt auf Okto TV. Das ist ein gutes Beispiel für ein lokales Medium, das keine Werbung bringt. Da würde ich sagen, es ist ein alternatives Medium. Wie sieht es bei den sozialen Medien aus? Ich möchte sogar von einer Art Soziale-Medien-Kapitalismus sprechen. Nehmen wir die beiden Beispiele Google und Facebook. Die gehören zu den weltgrößten Unternehmen. Google hat 2015 ca. 16 Milliarden US-Dollar Profit gemacht, ist in der Forbes-2000-Liste der weltgrößten transnationalen Konzerne auf Platz 27. Also unter den dreißig größten Konzernen. Facebook ist unter den Top 200 und hat letztes Jahr 3,7 Milliarden Profit gemacht. Facebook, Youtube, Google sind die drei dominanten Plattformen in der Internetnutzung weltweit. In Österreich, aber auch global. Die Frage ist: Wie machen die ihren Profit?

Thurnher: Vielleicht erklären Sie uns das einmal kurz.

Fuchs: Google und Facebook verkaufen nicht den Zugang zu den Plattformen. Der ist gratis, wie wir bereits gesagt haben. Also die Ware muss etwas anderes sein. Die Ware sind die nutzergenerierten Daten und die Metadaten wie unsere Interessen, unsere sozialen Netzwerke, unser Aufenthaltsort oder Ähnliches. Es sind riesengroße Werbeagenturen: Die weltgrößten Werbeagenturen, die Big Data verwenden.

Thurnher: Die riesigen Datenmengen machen es aus.

Fuchs: Diesen riesigen Datenmengen gilt genau das kommerzielle Interesse. Diese Datenkraken Google und Facebook haben das Interesse, alles, was wir online machen, zu speichern, und zwar für immer zu speichern. Daher gibt es diese großen Serverfarmen und zehntausende Server, wo all diese Information gespeichert wird.

Thurnher: Das ist die sogenannte Cloud, die über uns schwebt. Das ist natürlich keine Wolke, sondern das sind Computer, die irgendwo stehen und auch wem gehören.

Fuchs: Die Big-Data-Cloud ist sehr physisch – eine physische Infrastruktur, die all diese Daten speichert. Dann werden diese Daten personalisiert und in Form personalisierter Werbung an Werbeunternehmen verkauft, die Geld dafür bezahlen und im Gegenzug dafür personalisierte Werbung auf den Profilen der Nutzer anbieten. So hat sich die Werbewirtschaft entwickelt. Ich habe mir ein paar Daten angesehen. Nach Beginn der Krise 2008 ist der globale Umsatz der Werbewirtschaft etwas zurückgegangen. Allerdings hat er seither, also jetzt 2016, ganz massiv wieder zugenommen. 2009 betrug der globale Umsatz der Werbewirtschaft ca. 240 Milliarden Britische Pfund. Heute liegt

er bei 300 Milliarden Britische Pfund. Dabei hat sich die Zusammensetzung der Werbewirtschaft verändert. Fernsehen ist konstant und das stärkste werbeorientierte Medium mit circa 35 Prozent. Tageszeitungen, Presse sind stark rückläufig: sie hatten 2009 am globalen Werbeumsatz 23 Prozent Anteil, 2013 nur noch 17,3 Prozent. Gleichzeitig stieg die Internetwerbung von 15,7 Prozent Anteil am globalen Werbeumsatz im Jahr 2009 auf um die 25 Prozent im Jahr 2013. Werbeinvestitionen verlagern sich weg von der Presse hin zum Internet. Im Internet ist die Werbewirtschaft monopolisiert, es dominieren Google und Facebook, in China ist es Baidu.

Thurnher: Nur zur Erklärung, um das transparenter zu machen. Alle Zeitungen – kleine wie der Falter oder große wie die Kronen Zeitung – verlieren Anzeigenumsätze. Aber sie verlieren sie nicht an einen österreichischen Konkurrenten, sondern sie verlieren sie an Google oder Facebook. Wobei der interessante Unterschied ist, dass unsereiner, also der österreichische Medienunternehmer, seine Steuern hier zahlt. Google aber nicht. Die zahlen sie nirgendwo.

Fuchs: Absolut. Die Grundfrage wäre: Warum gibt es diese Verlagerungen? Ich denke, einerseits hat es mit der Kommerzialisierung und der Monopolisierung der Medien zu tun. Andererseits hat es in der Krise auch damit zu tun, dass Werbetreibende sich überlegen, wo investiere ich mein Werbebudget? Die sozialen Medien machen da große Versprechen. Sie bieten personalisierte Werbung, basiert auf der Echtzeitüberwachung sämtlicher Interessen aller Nutzer. Es hat so den Anschein, dass man mit Werbung auf sozialen Medien leichter Geld machen kann. Ich denke, das erklärt diese Verlagerung. Andererseits aber, wie Sie richtig gesagt haben, machen globale Konzerne Profite; Profite sollten besteuert werden, damit öffentlich-rechtliche Dienste finanziert werden können. Wir wissen aber, dass die großen amerikanischen Kommunikationskonzerne wie Google, Facebook und andere de facto kaum Steuern in Europa bezahlen. Dass es Steuerschlupflöcher gibt. In Großbritannien war das eine sehr große Diskussion, sogar ein parlamentarischer Unterausschuss hat sich damit beschäftigt. Neoliberale Politik ist ja auch Standortpolitik. Neoliberale Politik hat auch noch gefördert, dass transnationale Unternehmen keine Steuern zahlen. Google und Facebook argumentieren nämlich relativ geschickt, dass sie in Europa gar keine Transaktionen machen, sondern sie argumentieren, die Transaktion ist algorithmisch, sie ist nämlich algorithmisch organisierte Werbung.

Thurnher: Jetzt muss man zwischendurch erklären, was algorithmisch ist. Ein Algorithmus ist ganz kurz gesagt eine Rechenanweisung, um ein Problem zu lösen. Also das, was man einer Maschine in kurzen Formeln aufgibt: Gehe so mit diesem Problem um, löse es so. Das ist ein Algorithmus.

Fuchs: Und Google sagt, der Werbealgorithmus, den sie verwenden, ist patentiert auf den Cayman Islands, wo keine Steuern bezahlt werden müssen. Daher sagen sie, das gesamte Werbetreiben findet nicht in Europa, sondern auf Inseln oder in Ländern statt, wo keine Steuern bezahlt werden müssen. Auch Parlamentarier und Beobachter tun sich da recht schwer. Aber es gäbe ein Argument, das ich in dem Zusammenhang verwende. Das hat mit der Wert-

schöpfung zu tun. Wie wird Wert geschöpft bei dieser Onlinewerbung? Mein Argument ist, dass die sogenannte digitale Arbeit dabei wichtig ist.⁹ Eine Ware wird produziert von Arbeitern, die Wert schöpfen, der sich in der Ware vergegenständlicht. Ist die Ware Big Data oder unser Nutzungsverhalten – nutzergenerierte Inhalte und Metadaten –, so wird sie von den Nutzern selbst produziert. Das heißt, nutzen wir Facebook, Google & Co, sind wir digitale Arbeiter. Es fühlt sich nicht an wie Arbeit, schöpft aber Wert, produziert Wert, der sich im Profit dieser großen Unternehmen ausdrückt. Wer da arbeitet, das kann man sehr wohl feststellen, über die IP-Adresse. Die IP-Adresse ist eine Adresse, die identifiziert, von welchem Computernetzwerk aus man sich ins Internet verbindet. Immer dann, wenn ich mich mit meinem Handy, meinem Laptop mit Facebook oder Google verbinde, habe ich eine bestimmte IP-Adresse. Diese IP-Adressen sind auch Ländern zuzuordnen. Was im Prinzip sehr transparent gemacht werden kann, ist die Frage: Wer greift für welchen Zeitraum auf diese sozialen Medienplattformen zu? Dieser Zugriff ist Arbeit, schöpft Wert. Wir könnten sehr wohl berechnen, wie viel Prozent der gesamten jährlichen Nutzungsdauer von allen Millionen, Milliarden Nutzern weltweit in Österreich stattfindet, oder in Großbritannien oder in den USA. Dann wissen wir den Gesamtumsatz und den Gesamtprofit. Wenn 0,5 Prozent des Gesamtumsatzes in Österreich gemacht werden, dann könnte man sagen, müssen auch 0,5 Prozent dieses Umsatzes in Österreich besteuert werden. Derzeit existieren aber diese Steuerschlupflöcher und diese großen Konzerne bezahlen kaum oder sehr wenig Steuern.

Thurnher: Lina, hast du das Gefühl, wenn du dein Handy benutzt, dass du Arbeit für Google leistest?

Paulitsch: Nein! Und das ist auch ein ganz wichtiger Punkt, finde ich. Im Gespräch mit Freunden habe ich oft das Gefühl, dass es überhaupt nicht wahrgenommen wird, dass man ja in der Mediennutzung vom Konsumenten – wo man sich denkt, oh, ich bin gerne auf Facebook, das macht eigentlich Spaß, ich profitiere nur davon – zum Produzenten wird und eigentlich ausgebeutet wird, um jetzt in der marxistischen Sprache zu bleiben.

Thurnher: Um es laienhaft zu sagen, könnte man sagen, der Unterschied zu einer Fabrikarbeiterin des 19. Jahrhunderts wäre, die hat nicht das Gefühl, dass sie irgend-etwas zurückbekommt. Oder relativ wenig. Sie kriegt ein wenig Geld und kann damit kaum die Bedürfnisse der Familie decken. Es gibt Hunger, Krankheiten und unglaubliche Wohnverhältnisse und alles, was man kennt, oder schon wieder vergessen hat. Bei den Social Media hat man das Gefühl, man kriegt viel mehr, als man gibt: Es öffnet sich eine ganze Welt an Wissen und Kommunikation mit allen Freunden und man ist viel schneller dabei bei allem.

Paulitsch: Und das verdeckt die ökonomischen Verhältnisse.

Fuchs: Das ist das, was Marx als Warenfetischismus bezeichnet hat. Und bei der klassischen Ware ist es so, dass die sozialen Produktionsverhältnisse hinter die Ware zurücktreten und die Menschen gar nicht mehr wahrnehmbar sind. Man kauft eine Ware im Supermarkt, sieht aber nicht, wie sie produziert worden ist. Man sieht

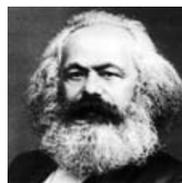


Der umgekehrte Warenfetisch macht es so schwer zu erkennen, dass Facebook-Nutzung, Google-Nutzung eine Form der Arbeit ist und dass dort reale Ausbeutung stattfindet

CHRISTIAN FUCHS

die Ausbeutungsverhältnisse nicht, die sind nicht beobachtbar an der einzelnen Ware. Das Soziale tritt hinter die Warenform zurück. Allerdings – und das erklärt jetzt, warum es so schwierig ist, Google-, Facebook-Nutzung als Arbeit wahrzunehmen – ist es eine Art invertierter oder umgekehrter Warenfetischismus. Was im Vordergrund steht, wenn wir diese Medien nutzen, ist die Erfahrung, dass diese Medien sehr sozial sind. Was wir unmittelbar wahrnehmen, sind die Kontakte und all die Vorteile, die wir dadurch haben. Was in den Hintergrund tritt, ist die Warenform: Man sieht gar nicht, dass damit etwas gehandelt wird, dass mit Daten gehandelt wird. Das ist der umgekehrte Warenfetisch: Die Warenform versteckt sich hinter der sozialen Form. Darum wird es so schwer, wahrzunehmen, dass Facebook-Nutzung, Google-Nutzung eine Form der Arbeit ist und dass dort reale Ausbeutung stattfindet. Auch hier ist wieder Marx wichtig mit dem Kapitel 1.4 im „Kapital“ Band I, wo er über den Warenfetisch schreibt.¹⁰

Thurnher: Ich glaube, dass bei den Social Media auch der Narzissmus dabei eine große Rolle spielt. Wann kommen schon klassische Druckmedien im Fernsehen vor? Hat ja nicht jeder so viel Glück wie wir, die wir stundenlang vor der Kamera labern dürfen! Das ist ja für die meisten etwas, das fast nie im Leben passiert. Aber in den Social Media bin ich jetzt Mittelpunkt meines eigenen Medienauftritts. Und wenn ich nur 20 Freunde habe, aber in Wirklichkeit richte ich ja die Energie darauf, mehr und mehr von denen zu kriegen.



Karl Marx war auch Journalist, und zwar ein exzellenter. Und er schrieb über die neuen Medien seiner Zeit

6 <http://backtweets.com/search/?q=%23suggestacorbysmeat+>

7 <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/7e/dd/6d/7edd6df3627b98cb80a5240c4942f6cd.jpg>

8 <http://fuchs.uti.at/books/digital-labour-and-karl-marx/>

9 <http://fuchs.uti.at/wp-content/Z104.pdf>
http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/Z_digitalearbeit1.pdf

10 http://www.mlwerke.de/me/me23/me23_049.htm#Kap_1_4

11 <http://fuchs.uti.at/books/occupymedia-the-occupy-movement-and-social-media-in-crisis-capitalism/>

Paulitsch: Das ist wieder eine Generationensache. Ich habe oft das Gefühl, dass der ganze politische Aktivismus auf den Social Media in erster Linie Selbstdarstellung ist. Ich frage mich: Haben Social Media wirklich zu einer Demokratisierung der Gesellschaft und zu mehr Partizipation geführt oder nicht?

Fuchs: Diese Diskussion über politische Kommunikation, Proteste und soziale Medien ist sehr polarisiert und oft wird sie sehr vereinfacht. Einerseits gibt es eine Gruppe von Autoren und Beobachtern, die beim Arabischen Frühling davon gesprochen haben, das seien Twitter- und Facebook-Revolutionen. Die beobachtet haben, dass diese Aktivisten Mobiltelefone, soziale Medien usw. benutzen. Auch der Journalist Paul Mason hat ein Buch geschrieben, „Why It’s Kicking Off Everywhere“, weil er beobachtet hat, was in Ägypten passiert. Er hat gesehen, die Leute nutzen Mobiltelefone usw. Er ist einer jener, die diese Idee haben, Facebook und Twitter sind eine der wesentlichen Ursachen und wesentlichen Faktoren in diesen Revolutionen und kontemporäre soziale Bewegungen nutzen soziale Medien. Usw. Das ist auch eine sehr optimistische Herangehensweise. Andererseits gibt es Intellektuelle, die sagen, das ist völliger Quatsch: Noam Chomsky, Slavoj Žižek oder auch David Harvey. Die sagen: Revolutionen und Proteste finden auf der Straße statt. Das hat nichts mit dem Internet zu tun. Das Internet an sich führt nicht zu Revolutionen, sondern es sind reale Menschen auf den Straßen und auf den Plätzen, die besetzt werden. Ich finde beide Anschauungen falsch und zu einseitig. Das Problem ist, dass das meistens nur spekulative Behauptungen sind. Man muss sich das empirisch anschauen. Ich habe eine Studie gemacht, die „Occupy Media“-Studie,¹¹ die sich mit der Frage beschäftigt hat, welche Medien Occupy-Aktivisten in der Protest-Kommunikation nutzen. Ich habe eine Umfrage unter 500 Aktivisten gemacht und habe das auch statistisch ausgewertet. Es waren sowohl qualitative als auch quantitative Fragen. Ein interessantes Er-

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von Seite 31

gebnis, das ich gefunden habe, war: Man kann nicht sagen, dass Protestkommunikation entweder nur auf der Straße *face to face* stattfindet oder nur auf den sozialen Medien. Tatsächlich ist es so, dass Aktivistinnen und Aktivisten ein ganz breites Spektrum an Kommunikationsformen in der Politik nutzen. Face-to-Face-Kommunikation einerseits, soziale Medien andererseits, E-Mail und so weiter. Und es ist sogar eine Dialektik von Offline- und Onlinekommunikation. Der entscheidende Faktor ist: Je stärker jemand involviert wird in diese Proteste, je öfter jemand zu Demonstrationen geht, desto größer wird das persönliche soziale Netzwerk mit anderen Aktivistinnen. Was dann dazu führt, dass mehr Face-to-Face-Kommunikation stattfindet über Politik und über Fragestellungen wie: Wie können wir andere Leute mobilisieren für diese Demonstration zu dieser Zeit an diesem Ort. Gleichzeitig: Je aktiver die Leute dadurch werden, desto aktiver nutzen sie dann auch soziale Medien in der Protestkommunikation. Es ist sogar eine Art Verstärkung von Offline-Kommunikation und Online-Kommunikation im Protest. Man kann nicht sagen, dass Protestkommunikation nur online oder nur offline stattfindet. Es ist beides.

Paulitsch: Vielleicht darf ich da aus eigenem Wissen etwas einstreuen. Ich habe eine Studie gelesen, wo Facebook-Liker oder Fans einer politischen Partei befragt wurden, ob sie auch wirklich diese Partei wählen gehen. Es waren nur zwei Drittel. Das fand ich so interessant. Wenn ich eine Partei auf Facebook öffentlich like und unterstütze, dann würde ich sie doch zumindest wählen. Aber offensichtlich gibt es da nicht so eine starke Korrelation. Das ist jetzt ein bisschen was anderes als bei Protestaktionen. Es ist nur der allgemeine politische Partizipationsfaktor.

Fuchs: Es gibt auch eine Kritik daran, dass Politik sich reduziert auf Klicken und Liken. Die Argumentation ist, dass das aber an sich noch nicht ausreichend ist, um einen politischen Unterschied zu machen. Wenn man den Politiker, den man unterstützt, likt oder retweetet, dann macht das noch nicht den politischen Unterschied aus, ob die Partei, die man unterstützt, dann tatsächlich an die Macht kommt oder nicht. Manche Leute gehen sogar so weit, dass sie sagen würden – so eine Art Kulturindustriethese im Zeitalter des Web 2.0 –, das führt zu einer Entpolitisierung. Jodi Dean ist eine politische Theoretikerin, die davon spricht, dass es im kommunikativen Kapitalismus eine Ideologie gibt, die vermittelt, dass man ständig aktiv online ist, aber dadurch die Energie und die Zeit umgelenkt wird, die man eigentlich auch für politische Debatten nutzen könnte. Persönlich sehe ich diese Tendenz durchwegs. Andererseits bin ich nicht ganz so pessimistisch wie Jodi Dean. Ich denke auch, es ist nicht genug, Dinge zu liken oder zu retweeten. Wir müssen Formen der politischen Kommunikation finden, wo Menschen in politische Diskussionen verwickelt werden und wo es möglich wird, das reale Zusammenkommen von Menschen und die politische Kommunikation mit sozialen Medien zu verbinden. Also eine Idee wäre zum Beispiel ein Konzept, das ich QTube nenne.¹² Q steht für Questions. Ich habe diese Idee für die Digitale Demokratie-Kommission des britischen Parlaments entwickelt.¹³ Stellen wir uns vor, im Parlament würde es



Jodi Dean, politische Theoretikerin: Online ist politische Zeitverschwendung



Herbert Marcuse, Philosoph. Seine Ideologiekritik betraf die industrielle Massengesellschaft



Jürgen Habermas, Philosoph: Kolonialisierung der Lebenswelt durch Medien

jede Woche eine aktuelle Fragestunde geben, in der die Fragen nicht von den anderen Parlamentariern gestellt würden, sondern von Gruppen von Bürgern und Bürgerinnen. Das könnte in die politische Ausbildung in Schulen integriert werden, wo Gruppen von Schülern sich zusammensetzen und vielleicht kurze Videos produzieren, die ein politisches Problem darstellen und dann eine Frage anschließen an den Bundeskanzler oder den Premierminister. In dieser aktuellen Fragestunde im Parlament gibt es eine große Leinwand, wo diese Videos gezeigt werden, und die Parlamentarier müssen dann darauf antworten. Es wird ein Mechanismus gefunden, wie die besten Videos wöchentlich ausgewählt werden. Es wird möglicherweise auch viel Unsinn produziert werden, den lässt man dann weg. Dann wäre politische Kommunikation nicht nur ein Klicken oder ein Liken, sondern das Entscheidende wäre, dass Bürger und Bürgerinnen, die sich für Politik interessieren, real zusammenkommen in einer sozialen Situation und dann diskutieren müssen. Was ist ein aktuelles politisches Thema? Wie kommunizieren wir das? Was ist die entscheidende Aussage und welche Frage formulieren wir da jetzt? Und man braucht auch diese technischen Skills, um ein Video zu produzieren.

Thurnher: Man braucht natürlich auch inhaltliche Skills. Da fällt mir schon die Kritik von Habermas ein, der sagt, eine Qualitätszeitung zeichnet sich dadurch aus, dass einigermaßen qualifizierte Menschen imstande sind, auf Augenhöhe den Politikern Fragen zu stellen, so dass das Publikum dann quasi auf Grundlage dieses Experten Diskurses seine Entscheidung treffen kann. Das wäre in dieser Form natürlich anders. Ohne da groß nostalgisch sein zu wollen, habe ich schon das Gefühl, dass diese Art von kritischer Öffentlichkeit, wo wirklich auch ein akademischer, aber eben auch ein qualifizierter journalistischer Diskurs mit der Politik und mit Wirtschaft und anderen Phänomenen geführt wird, tendenziell durch die Social Media eliminiert wird und dass das sogar ein gewünschter Prozess ist.

Fuchs: Es hat mit politischer Bildung zu tun. Wir würden eine Offensive an politischer Bildung brauchen, die noch viel stärker in den Schulen ansetzt, als sie das heute macht. Wenn wir die Universitäten heute mit den Universitäten in den 60er- oder 70er-Jahren vergleichen, so hat der Neoliberalismus und die neoliberale Umstrukturierung von universitärer Ausbildung zur Aushöhlung von Gesellschaftskritik geführt. Gesellschaftskritik ist generell an den öffentlichen Orten nicht mehr so präsent, wie das noch vor einigen Jahrzehnten war. Ich würde nicht sagen, daran sind die sozialen Medien schuld. Soziale Medien stehen in einem breiteren gesellschaftlichen Kontext, wo sich die Warenform ganz stark durchgesetzt hat, und es ist auch zu einer absoluten Beschleunigung der Kommunikation gekommen, die teilweise durch Profitimperative getrieben ist. Teilweise fehlt einerseits der Raum für politische Kommunikation, andererseits fehlt die Zeit dafür. Dass wir hier eine Stunde die Zeit haben, um zu diskutieren, das ist ja nicht das normale Format in den Mainstream-Medien.

Thurnher: Und schon uns wird die Zeit davonlaufen!

Fuchs: Wir brauchen sozusagen den

„Club 2“ der sozialen Medien. Der ist noch nicht erfunden.

Richter: Was Sie zuerst zumindest für mich schon gesagt haben, enthält nun auch Ihr Vorschlag des QTube. So wie diese genannten sozialen Medien funktionieren, funktioniert deren Geschäftsgrundlage ja nur dann, wenn der User in eine ganz bestimmte körperlich-emotionale Grundbalance kommt, wo er entweder entspannt ist und sich unterhält, also genießt, und meint, dass er gar nicht arbeitet – oder sich erregt und aufregt und bei den Schimpf-Dingen mitmacht. Es ist insofern beides erwünscht im Interesse des Funktionierens solcher Geschäftsgrundlagen, dass ich gar nicht in eine Lage, einen Zustand, ein Bedürfnis komme, auf die Ebene der Rationalität, des kritischen Diskurses zu wechseln. Dann hätte das ganze System eine enorme Basis zur Selbsterhaltung. Sie setzen jetzt wieder dagegen, Räume von *face to face*, Realität, Rationalität, nennen es QTube, Leggewie spricht von der Konsultative. Es ist eigentlich die Frage: Wie lässt sich denn im Zeitalter so ökonomisch strukturierter sozialer Medien eine Öffentlichkeit, die noch politikfähig ist, strukturieren oder organisieren? Welche öffentlich-rechtlichen Sphären bräuchte es dann dazu, die ja auch in Bedrängnis geraten sind im Zeitalter des Neoliberalismus.

Fuchs: Ich gehe mit Habermas davon aus, dass die sozialen Medien zu einer Kolonialisierung der Lebenswelt und des kommunikativen politischen Handelns geführt haben. Ich denke, es gibt keine großen Chancen, diese politische Kommunikation und die alternativen Öffentlichkeiten auf den bestehenden kapitalistischen sozialen Medienplattformen selbst herzustellen. Ich denke, wir brauchen Gegenöffentlichkeiten, Räume außerhalb dieser Plattformen. Dazu gibt es im Prinzip zwei Ansätze: einen öffentlich-rechtlichen Ansatz und einen zivilgesellschaftlichen Ansatz. Der öffentlich-rechtliche Ansatz ist der: Was man in Europa seit Jahrzehnten gemacht hat, ist, die kalifornische Internet- und Computerindustrie zu kopieren. Das funktioniert aber nicht. Wir haben kein europäisches Google, Facebook, Twitter. Wo aber die europäischen Medien sehr gut sind, ist der öffentliche Rundfunk. Das heißt, öffentlich-rechtlicher Rundfunk könnte weiterentwickelt werden zu öffentlich-rechtlichen Medien. Man könnte darüber nachdenken, ob es nicht auch ein öffentlich-rechtliches Internet oder öffentlich-rechtliche Internetplattformen geben sollte. Ich könnte mir sehr gut vorstellen ein öffentlich-rechtliches Youtube, das vielleicht betrieben wird als ein Netzwerk aller öffentlich-rechtlichen Medienanstalten in Europa. Die hätten genug Ressourcen dafür, um das zu machen. Die haben Programmarchive.

Richter: Mit recherchierten Inhalten.

Fuchs: Wenn man all die Programmarchive digitalisieren würde und eine Creative-Commons-Lizenz darauf gibt, sodass Nutzerinnen und Nutzer das remixen und neu nutzen könnten, wäre das ein ganz tolles Gegenprojekt. Allerdings gibt es da Limitierungen. Sehen wir uns etwa das ORF-Gesetz an, Paragraph 4f ist eine Liste von etwa dreißig Online-Diensten, die der ORF nicht anbieten darf.

Thurnher: Weil die österreichischen Verleger das durchgesetzt haben und noch immer hoffen, dass sie ihr Geschäftsmodell

12 https://www.parliament.uk/documents/speaker/digital-democracy/Digi026_Christian_Fuchs.pdf

13 <http://www.digitaldemocracy.parliament.uk/documents/Open-Up-Digital-Democracy-Report.pdf>

14 <https://www.dsb.gv.at/DocView.axd?CobId=63188>
<https://www.dsb.gv.at/DocView.axd?CobId=63189>

15 <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/661/670>

16 <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/661/670>

ins Internet übertragen können und dass der ORF, wenn er dort präsent ist, ihnen das Geschäft verunmöglicht. Weil der ORF nicht auf Werbung angewiesen ist, sondern das Geschäft mit Gebühren macht. Oder ihnen Werbung wegnimmt, noch dazu.

Richter: Aber wenn Sie recherchierte qualitative Inhalte anzubieten hätten, wäre doch da eine logische Kooperation und Allianz zu finden in einem derartigen Modell?

Thurnher: Absolut. Es ist nur die Frage: Wie kann man so etwas sexy machen? Sie würden sagen, der Fetischcharakter dieser Ware ist viel stärker, wenn man den Narzissmus aktiviert, als wenn man das öffentliche Argumentieren aktiviert.

Fuchs: Ich würde auch sagen, dass diese alternativen öffentlich-rechtlichen Plattformen dann nicht werbefinanziert werden. Die BBC hat keine Werbung, der britische öffentlich-rechtlich Rundfunk wird nur durch Lizenzgebühren finanziert. Das heißt, man müsste ein öffentlich-rechtliches Internet durch Lizenzgebühren finanzieren. Allerdings sehe ich da Möglichkeiten. Wir haben auch öffentlich-rechtliche Universitäten, und vor allem technische Universitäten haben ganz massive IT-Infrastrukturen. Man könnte sich auch vorstellen, dass öffentliche, technische Universitäten in Europa gemeinsam alternative Plattformen entwickeln. Zum Beispiel Suchmaschinen. Das ist allerdings nur die eine Strategie. Die zweite Strategie ist – und das gibt es auch schon –, dass es zivilgesellschaftlich betriebene alternative, nichtkommerzielle Plattformen gibt – soziale Netzwerke, Mikroblogs, Alternativen zu Facebook, Twitter und anderes. Diaspora ist eine alternative Netzwerkplattform, die ist nicht kommerziell. Das kommt aus der Open-Source- und Free-Software-Bewegung. Das Problem ist allerdings, dass die dominanten Plattformen Monopole haben und so groß sind, dass quasi die Nutzer und Nutzerinnen dort eingesperrt werden. Da es ja Arbeit ist, ein Profil zu pflegen, man ja Wochen und Monate damit verbringt, ein soziales Netzwerk zu generieren, ist es dann unwahrscheinlich, dass man jetzt plötzlich zu einer anderen Plattform geht.

Thurnher: Wo man wieder von vorn anfangen muss.

Fuchs: Und all diese Arbeit nochmals machen muss. Man muss dieses Monopol einmal brechen. Die neue Datenschutzdirektive der Europäischen Union, die 2018 in Kraft treten wird, wird vielleicht Vorteile bringen.¹⁴ Nämlich Datenportabilität wird eingeführt. Das heißt, es sollte dann möglich sein, dass ich mein ganzes Netzwerk und meine Daten von Facebook exportiere und sie auf ein alternatives Netzwerk importiere. Allerdings reicht das nicht aus. Denn Alternativmedien sind ja jetzt nicht etwas ganz Neues. Das gibt es ja auch im Bereich der alternativen Presse, offene Kanäle im Fernsehen, freie Radios und so weiter. Das Grundproblem ist immer: Wenn man nichts verkauft, keine Ware hat, wo kommt dann das Geld her, damit man auch die Programmierer, die Journalisten, die Techniker in dem Fall, die so eine Plattform betreiben, bezahlt? Wie bezahlt man die? Das Problem ist: Die Geschichte der Alternativmedien ist eine Geschichte von Ressourcenknappheit und auch von prekärer selbstausbeuterischer Arbeit. Das heißt, man müsste jetzt einen Mechanismus finden, wie man Ressourcen an diese alternativen Medien und Plattformen weitergeben könnte. Da



Das Okto-Medienquartett: Paulitsch, Thurnher, Richter, Fuchs (von links)

habe ich die Idee der sogenannten partizipativen Mediengebühr.¹⁵ Die Idee ist, dass man die Idee der Lizenzgebühr weiter ausbaut zu einer Mediengebühr, die allerdings nicht nur von Bürgerinnen und Bürgern bezahlt wird, sondern auch von Unternehmen. Man bringt die Idee der Kapitalbesteuerung zurück.

Thurnher: Das hieße, Facebook und Google würden für jeden User einen gewissen Betrag zahlen.

Fuchs: Nicht nur Facebook und Google. Man könnte die gesamte Werbewirtschaft besteuern.

Thurnher: Es gibt eh eine Werbeabgabe, aber nur für Printmedien.

Fuchs: Die Werbeabgabe gibt es in manchen Ländern, inklusive Österreich. Allerdings ist die ganze Online-Werbung davon ausgeschlossen. Aber ich habe es für Großbritannien berechnet: Würde man in Großbritannien, wo der Werbemarkt relativ groß ist, also circa 20 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr, eine zehnprozentige Werbebesteuer einführen, könnte man pro Haushalt einen Mediengutschein von etwa 75 Euro pro Jahr machen.¹⁶ Das wäre Geld,



Stellen wir uns vor, im Parlament würde es jede Woche eine aktuelle Fragestunde geben, bei der Bürgerinnen und Bürger per Video ihre Fragen an die Politik richten!

CHRISTIAN FUCHS

das der Staat zunächst einnimmt und dann aber an die Bürger weitergibt als eine Art Geschenk. Allerdings gibt es bestimmte Bedingungen.

Richter: Zweckgewidmet.

Fuchs: Man kann nicht mit den Freunden zum Heurigen Wein oder Bier trinken gehen. Man muss diese 75 Euro spenden an eine nichtkommerzielle, nichtprofitable alternative Medienorganisation. Bei Wikipedia funktionieren diese Spendenmodelle teilweise ja.

Thurnher: Aber auf freiwilliger Basis.

Fuchs: Und das würde ich infrage stellen. Diese Idee kombiniert also partizipatives Budgeting einerseits und andererseits bürger- und zivilgesellschaftliches Handeln. Das könnte dann eine Ressourcen-Basis für alternative Medien generieren. Dann könnten die vielleicht mächtiger werden, sich ermächtigen und vielleicht versuchen, den kapitalistischen Internetgiganten wie Facebook, Google, Microsoft etwas entgegenzusetzen.

Paulitsch: Kann die Beschränkung des Kapitalismus ausgerechnet im Internet funktionieren? Weil da ja quasi die Weiten noch weniger überschaubar sind als in anderen Fällen. Zum Beispiel Blogger. Es gibt ja so viele Möglichkeiten, nicht einer Organisation anzugehören. Wie geht man damit um?

Fuchs: Das Grundproblem im Internet ist das gleiche, das wir im globalen Kapitalismus haben. Die kapitalistische Ökonomie ist global, das Internet ist global, Onlinekommunikation ist eine globale Kommunikationsform – deswegen passen Kapitalismus und Internet auch ganz gut zusammen. Gesetze werden aber primär auf nationalstaatlicher Ebene gemacht. Jetzt hat der Nationalstaat das Problem, wie er den globalen Kapitalismus und das globale Internet regulieren kann. Das heißt, man müsste von Beginn an darüber nachdenken, dass man diese Regelungen wie eine partizipative Mediengebühr nicht nur in einem Land einführt, sondern dass man das transnational macht. Zumindest auf europäischer Ebene. Wenn man auf europäischer Ebene über eine partizipative Mediengebühr nachdenken würde, dann könnte das möglich sein. Es braucht heutzutage die transnationale politische Ebene. Das setzt aber voraus, dass die Europäische Union die Idee der Kapitalbesteuerung aufgreifen würde. Im Moment gibt es da ganz starke Defizite. Man beschränkt sich eher auf Wirtschaftsliberalisierung und neoliberale Politik.

Thurnher: Dann hat man das Problem, wie man Bürgerinnen und Bürger dazu kriegt, sich politisch so weit zu interessieren, dass sie diesen Check, den sie dann haben, auch entsprechend vernünftig anwenden. Wie etwa amerikanische Privatstiftungen. So ist die Idee, glaube ich: dass man journalistische Projekte fördert, auch in bestehenden Medien. Aber dazu gehören ein Interesse und eine Artikulationsfähigkeit sowie Foren, wo man sich trifft.

Fuchs: Es geht wieder auf die Bildungsfrage zurück. Gibt es das Interesse für politische Kommunikation? Gibt es das politische Interesse? Nur, was würden die Leute mit diesen 75 Euro anfangen? Man müsste dazu eine ganz starke öffentliche Debatte starten, welche Möglichkeiten es da gibt. Eine Gefahr wäre, dass die Leute nur Projekte wie Wikipedia kennen, das nichtkommerziell ist. Und dass dann gewisse nichtkommerzielle Projekte ganz viel Geld bekommen würden und andere nicht. Also das Modell ist nicht perfekt, aber es wäre ein Ansatzpunkt, um über Alternativen zum kapitalistischen Internet nachzudenken: Also ein öffentlich-rechtliches Internet einerseits und ein zivilgesellschaftliches Internet andererseits.

Thurnher: Vielen Dank. Wir haben viele Punkte offen lassen müssen, aber ich hoffe, es war interessant.

Transkript:
Maria Motter

US-Wahlkampf: eine riesige

Donald Trump tweetet wie ein Millennial, Hillary Clinton setzt auf Inhalte: Wie **digitale Medien** die Politik, das Verhalten

TEXT: ANNA GOLDENBERG

Im August 1996 kündigte die Kampagne des republikanischen US-Präsidentschaftskandidaten Bob Dole an, die „erste individuell anpassungsfähige politische Webseite“ in Betrieb zu nehmen. Die Benutzer könnten ihren Namen und Heimatbundesstaat angeben und erhielten dann angepasste Begrüßung und Informationen sowie den offiziellen „Dole for President“-Bildschirmhintergrund als kostenlosen Download.

Im selben Jahr versuchte die Webseite der Clinton-Gore-Kampagne, mit einer anderen Neuheit zu trumpfen: Es sei unüblich, „so einen Ticker mit wechselnden Nachrichten“, der sich ständig bewege, am unteren Seitenrand zu haben, erklärte der Vizepräsidentschaftskandidat Al Gore anlässlich von deren „Enthüllung“.

Welche der beiden Webseiten „innovativer“ war? Heute schwer zu entscheiden. Zudem war der Online-Auftritt sichtlich nur ein Nebenschauplatz des Wahlkampfes: Seine Webseite kam zwar zwei Monate später, Bill Clinton gewann seine Wiederwahl im November 1996 trotzdem mit signifikantem Abstand.

20 Jahre später hat sich die Rolle der Digitalisierung im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf vollkommen gewandelt. 1996 benutzte weniger als ein Viertel der Amerikaner das Internet; heute sind es 87 %. War Barack Obama 2008 noch jener Kandidat, der zeigte, dass mithilfe des Internets und besonders der sozialen Medien Wahlen gewonnen werden konnten, ist das Internet laut dem Medienblog AdWeek zu einer „riesigen Welle, die aus dem Nirgendwo kam und die Form von Wahlen und Politik veränderte“, geworden, der ein erfolgreicher Kandidat nicht entkommen kann – sondern er muss lernen, darauf zu surfen. Doch was macht diesen Erfolg aus?

Nimmt man Popularität auf den wichtigsten sozialen Netzwerken als Maßstab für die Kompetenz der Kandidaten, auf der digitalen Welle zu reiten, liegt der republikanische Präsidentschaftskandidat Donald Trump eindeutig vorn. Knapp neun Millionen User folgen ihm auf der Kurznachrichtenplattform Twitter. Das sind deutlich mehr, als seine demokratischen Gegenspieler Hillary Clinton (6,8 Millionen) und Bernie Sanders (2,5 bzw. 2,1 Millionen auf zwei offiziellen Accounts) hinter sich scharen konnten.

Auch auf Facebook liegt Trumps Seite mit rund acht Millionen „Likes“ in Führung – Clinton kommt auf 3,9 Millionen und Sanders auf 4,3 Millionen User, die „Gefällt mir“ klicken und somit zulassen, dass die Kampagnenposts in ihrem Newsfeed erscheinen. Die Popularität scheint auch in einem Zusammenhang mit der Produktivität der Kandidaten zu stehen. Trump schickt bis zu 15 Tweets pro Tag, während es bei den anderen deutlich weniger sind. Auf der Fotoplattform Instagram hat Trump bereit über 770 Posts veröffentlicht, Clinton rund 550 und Sanders



In jeder Generation triumphiert jener Politiker, dem es als Erstem gelingt, die Medienwerkzeuge seiner Generation zu meistern

VAN JONES,
OBAMA-BERATER



Guter Rat für Donald Trump: Sei authentisch!



Hillary Clinton will es besser machen als 2008

knappe 400. Hat Trump tatsächlich so viel mehr zu sagen?

„Trump verwendet soziale Medien wie ein durchschnittlicher Millennial“, urteilte Annie S. Hwang in ihrer kürzlich am Claremont McKenna College in Kalifornien veröffentlichten Abschlussarbeit über soziale Medien und die Zukunft der US-Präsidentschaftskampagnen. (Ein „durchschnittlicher Millennial“ ist rund 18 bis 35 Jahre alt und benutzt das Internet deutlich intensiver als seine Elterngeneration – insbesondere am Smartphone.)

Trump retweetet enthusiastische Tweets seiner Fans und schreibt neben politischen Themen („Obama sagt, eine MAUER an unseren südlichen Grenzen wird unsere Sicherheit nicht verbessern [falsch], und trotzdem will er eine größere Mauer [Zaun] um das Weiße Haus bauen“) auch über Popkultur („Ich mag Michael Douglas!“).

Seine Sätze sind kurz, in einfacher Sprache, oft unvollständig; er klingt authentisch, als hätte er die 140 Zeichen schnell am Smartphone getippt, zwischendurch, ohne viel nachzudenken. Schamlos beleidigt er Konkurrenten und Politiker („unehrliche Hillary“, „Jeb hat als Jeb versagt“, „Gib auf, LÜGENDER Ted“) und beschimpft kritische Medien als voreingenommen.

Für die neuen Medien von Trumps Kampagne verantwortlich ist der 29-jährige Justin McConney, der einen Universitätsabschluss in bildender Kunst hat. „Sei authentisch und gib deinen Fans, was sie wollen“, seien die zwei Grundsätze der Kampagne, erklärte McConney in einem Interview mit dem Marketingmagazin *The Drum*. Trump tweete tatsächlich vielfach selbst. McConney überzeugte Trump zudem davon, kurze Videos zu veröffentlichen. Sie sollen sich „low tech“ anfühlen, wie der Videoblog eines Freundes: Trump sitzt an seinem Schreibtisch und spricht in die Kamera; es gibt keine ausgeklügelte Beleuchtung, keinen sorgsam ausgewählten Hintergrund oder strikten Stundenplan.

Zu Trumps „Fans“ zählen auch die Medien: Mit seinen provokativen, wiederholt als falsch belegten Aussagen dominiert Trump die Berichterstattung über den Wahlkampf. Schlagzeilen über den neuesten Trump-Sager erhöhen Klicks und Einschaltquoten. Das kostenlose Bildmaterial dazu wird von McConneys Team geliefert. Rund drei Milliarden Dollar unbezahlte Werbung hat er so bekommen, berechnete die Medienanalysefirma mediaQuant im Mai – deutlich mehr als Clinton, deren Berichterstattung rund 1,1 Milliarden Dollar wert war.

„In jeder Generation triumphiert jener Politiker, dem es als Erstem gelingt, die Medienwerkzeuge seiner Ära zu meistern“, kommentierte der ehemalige Obama-Berater Van Jones kürzlich auf CNN. Wäre das also Trump? Dass er so viele Inhalte veröffentlichte, könnte Trump schaden, sobald der Vorwahlkampf zu Ende sei, mutmaßt Jim Ruttenberg, der Medienkolumnist der



Fortsetzung Seite 36

Welle aus dem Nirgendwo

von Kandidaten und das Wahlverhalten verändern



Fortsetzung von Seite 34

New York Times. Dann würde Trump sich nämlich einer genaueren Untersuchung von kritischen Medien stellen müssen, die seine widersprüchlichen Aussagen offenlegen würden.

Ein Wahlkampf, der sich auf die inhaltlichen Analysen der Vorschläge der Kandidaten beschränkt, käme Hillary Clinton entgegen. Die demokratische Präsidentschaftskandidatin, die seit Jahrzehnten im Blickpunkt der Öffentlichkeit lebt, schützt ihre Privatsphäre vehement. Auch in den sozialen Netzwerken bleibt sie auf Distanz: Ihre Posts auf Facebook und Instagram sind stets in der dritten Person verfasst (auf Twitter wird eigens angemerkt, dass von Clinton persönlich verfasste Tweets mit einem -H unterzeichnet seien) und scheinen darauf aus zu sein, möglichst allgemeingültig zu sein. „Oberflächlich“, „wie aus einem Handbuch für Politiker“, urteilte Hwang.

Die Direktorin für Digitales in der Clinton-Kampagne ist Clintons langjährige Beraterin Katie Dowd, die schon beim Vorwahlkampf 2008 die neuen Medien managte. Clinton will es besser machen als damals, als sie zwar ihre Kandidatur über Youtube ankündigte, aber ansonsten gegen ihren Konkurrenten bei den demokratischen Vorwahlen, Barack Obama, zurückfiel. Obama gelang es, seine – vielfach jungen – Unterstützer über soziale Medien zum Mitmachen zu bewegen.

Der 31-jährige Teddy Goff, der 2008 die digitale Obama-Kampagne in über 25 Staaten leitete und im Wahljahr 2012 soziale Medien für Obama managte, fungiert deshalb diesmal als Clintons Berater. Was die Clinton-Kampagne diesmal – genau wie Trump und sein Team – richtig macht: „Clinton hat ein gesamtes Medienhaus hinter sich“, sagt Yussi Pick, US-Wahlkampfexperte in Wien und Betreiber des Blogs usa2016.at: Für die Inhalte auf hillaryclinton.com sorgen fünf Vollzeitangestellte; die Seite erinnert an das populäre Online-Medium Buzzfeed: reich bebildert („Diese Bilder von 1992 erzählen die Geschichte von Hillary Clintons erster Präsidentschaftskampagnenerfahrung“), Listen mit eingebetteten Tweets („Acht höchst beunruhigende Sachen, die wir diese Woche über Donald Trump lernten“) und Quizze („Wer hat es gesagt: Donald Trump oder nicht Donald Trump?“).

Auf Clintons Account auf der Online-Pinnwand Pinterest kann man sich „inspirierende Frauen“ und gutgekleidete Unterstützer ansehen und auf der Streamingplattform Spotify die „offizielle Hillary-2016-Playlist“ anhören (die mit Katy Perry und Demi Lovato allerdings eher Assoziationen an Aerobic-Stunden als ans Weiße Haus weckt). Wenn es um die Nutzung von digi-



Die Kandidaten müssen sich die Frage stellen, wie sie aus ihrer eigenen Filterblase heraus- und in die Filterblasen von Unentschlossenen hineinkommen

YUSSI PICK, US-WAHLEXPERTE

talen Tools zur Aktivierung von Unterstützern geht, ist dennoch nicht Clinton, sondern ihr demokratischer Rivale Bernie Sanders der wahre Nachfolger von Barack Obama. „Ein neuer Höhepunkt im Feld des digital unterstützten Wahlkampfes“ – so sieht Ben Brandzel, der Gründer des internationalen „Online Progressive Engagement Network“, die Kampagne von Sanders. Dem Demokraten gelang es, eine Basis zu organisieren, die den Wahlkampf vorantrieb und aus ihm, dem relativen Außenseiter, ein popkulturelles Phänomen machte. Wie Obama lässt er Initiativen zu, die nicht von der Kampagne organisiert wurden. Den viralen Hashtag #FeeltheBern kreierte etwa eine unabhängige Gruppe von Unterstützern, und die Sanders-Kampagne verbreitet unabhängige Webseiten und Videos von Unterstützern, erklärt Pick. Das gab es auch bei Obama 2008.

Scott Goodstein, dessen digitale Medienagentur „Revolution Messaging“ für die sozialen Medien der Sanders-Kampagne verantwortlich ist, erklärte im Interview mit Fast Company, sie seien in jeden Aspekt der Kampagne eingebunden und würden dabei helfen, „mit wenig Zeit und Geld viele Menschen zu organisieren“. Kampagnenmitarbeiter, die Daten von Unterstützern online gesammelt haben, organisieren erste Treffen, sodass Freiwillige sich in weiterer Folge selbst zusammentun können – mithilfe digitaler Werkzeuge wie der Gruppennachrichten-App Slack.

Brandzel, der für einen Vortrag nach Wien kam, stellt die von der Sanders-Kampagne benutzte App „Texting the Revoluti-

on“ vor, mithilfe deren Freiwillige persönliche Textnachrichten an potenzielle Unterstützer senden, um diese zum Mithelfen zu bewegen oder sie schlicht an Vorwahltermine zu erinnern. Anders als Massenaussendungen seien diese Nachrichten sehr positiv aufgenommen worden. Das Resultat: Sanders erreichte damit die jungen Wähler; er schlägt sowohl seine Konkurrentin Clinton als auch Obama beim Stimmenanteil bei den unter 30-Jährigen (in den Vorwahlen ergatterte er 71 % ihrer Stimmen, Obama 2008 nur 60 %).

Die Digitalisierung im Wahlkampf erlaubt einerseits einem mit rassistischen und beleidigenden Kommentaren provozierenden Donald Trump, erfolgreich zu werden, und kann andererseits einem Außenseiter wie Sanders realistische Chancen verschaffen. Darüber hinaus hat die Architektur der digitalen Plattformen selbst das Potenzial, das Wahlverhalten zu beeinflussen. Wie genau, ist aufgrund von mangelnder Transparenz allerdings unklar: Auf Facebook sind die Algorithmen, die bestimmen, was Benutzer in ihrem Newsfeed zu sehen bekommen, etwa dahingehend programmiert, dass Inhalte gezeigt werden, die dem User gefallen.

Im Mai veröffentlichte das *Wall Street Journal* die interaktive Grafik „Blue Feed, Red Feed“, die zeigte, wie unterschiedlich die Inhalte von linken und konservativen Benutzern aussehen. „Filterblase“ oder „Echokammer“ wird dieses Phänomen genannt. Die Folge: eine verzerrte Weltsicht, in der die eigene Meinung nicht infrage gestellt wird. „Die Kandidaten müssen sich die Frage stellen, wie sie aus ihrer eigenen Filterblase rauskommen und in die Filterblasen von Unentschlossenen reinkommen“, sagt Pick.

Das Wahljahr 2016, mutmaßt Pick, wird jenes Jahr sein, in dem man sich an die Newsroomstrategie der Kandidaten erinnert: Auf der digitalen Welle schwimmt man am besten auf selbstgezimmernten Inhalten. Dass diese oft oberflächlich, reißerisch und bisweilen falsch seien, daran trage zumindest zu einem Teil die Architektur der sozialen Medien Schuld. Soziale Netzwerke seien gut für Plänkeleien, schrieb der Technologie-Autor Nicholas Carr im Magazin *Politico*, doch deren formelhafte Qualität – der „Like“-Knopf, sich rasant verändernde Feeds, der knappe Platz für Kommentare – würde dazu beitragen, politische Diskurse zu vereinfachen.

Als ob Wahlkampf vor dem digitalen Zeitalter signifikant tiefgründiger gewesen wäre. Als John F. Kennedy und Richard Nixon 1960 zur ersten TV-Debatte gegeneinander antraten, präsentierten beide Kandidaten sehr ähnliche Inhalte. Wer gewann danach die Umfragen (und in der Folge auch die Wahlen)? Kennedy, weil er besser aussah – und direkt in die Kamera blickte.

Wie Facebook & Co Wahlen manipulieren können

:: Aufgrund der Informationen, die Facebook von seinen Benutzern besitzt, weiß die Plattform über das Wahlverhalten Bescheid – und wie kann man sicher sein, dass sie nicht manipulierend eingreift?

Im Mai berichtete das Online-Magazin *Gizmodo*, dass die – meist recht jungen – Journalisten, die in den USA für die Auswahl der „Trending Topics“ auf Facebook verantwortlich waren, bewusst konservative Nachrichten nicht publizierten. („Trending

Topics“ besteht, ähnlich wie „Trends“ auf Twitter, aus einer Liste von Themen, über die auf dem sozialen Netzwerk viel gepostet wird. Kuratoren treffen eine Auswahl, fügen Links hinzu und verfassen eine Kurzbeschreibung. In Österreich ist diese Funktion zurzeit nicht verfügbar.)

Facebook bestreitet zwar die Vorwürfe, doch es zeigt, dass die Macht der sozialen Netzwerke keineswegs ausgeschöpft ist. Etwa bei den Kongresswahlen im No-

vember 2010, als Facebook erstmals den „I voted“-Button testete, mit dem User ihrem Netzwerk zeigen konnten, dass sie zur Wahl gegangen waren.

Eine Studie schlussfolgerte, dass sich dadurch die Wahlbeteiligung um 60.000 Stimmen erhöhte. (Zum Vergleich: Bei den Präsidentschaftswahlen in Österreich im Mai 2016 hatte Alexander Van der Bellen einen Vorsprung von rund 31.000 Stimmen.)

Wo die Eggheads bloggen

Originelle Denkerinnen und Denker zu Ökonomie und digitale Medien. Eine sehr subjektive Auswahl

SUCHE: ARMIN THURNHER

Es ist einigermaßen sinnlos, ökonomische Blogs hier aufzuzählen, denn dazu gibt es das Netz, dass man in ihm selber finde. Wozu also solche Listen, man hat ja Twitter und Facebook? Andererseits können einige Anregungen nicht schaden, und das Wissen in digitalen Dingen hat die Tendenz alles Wissens: unter Eingeweihten zu bleiben. Hier deshalb der Versuch, einige der interessantesten ökonomischen Blogs zusammenzustellen; und auch einige jener Blogs, in denen digitale Kultur und Unkultur verhandelt werden. Anspruch auf Vollständigkeit besteht nicht; Anspruch auf Parteilichkeit der Auswahl und Kommentierung aber schon.

Wir listen einige österreichische Blogs und Sites auf, eines aus dem deutschsprachigen und dem angelsächsischen Raum und am Schluss einige auf Medien und digitale Sphäre und Journalismus spezialisierte. Allzu offensichtliche Hinweise auf populäre Medien haben wir uns erspart, wie etwa auf *Wired* oder die *New York Times*; was nicht heißt, dass dort nicht Interessantes zu finden wäre.

Deutschland/ Österreich

Blog.arbeit-wirtschaft.at

Eigenwerbung! Aber jeder Buchstabe davon ist berechtigt. Nicht nur die Experten der AK bloggen hier, sondern auch renommierte Experten aus dem deutschen Sprachraum. Thema ist alles, was gerade die politische Debatte in Österreich prägt. Oder prägen sollte.

Agenda.austria

Die Agenda Austria ist der erste von Staat, Parteien, Kammern und Interessenverbänden unabhängige Thinktank Österreichs, gibt sie auf der Website bekannt. Finanziert werde sie „ausschließlich aus privaten Quellen“. Nämlich von Konzernen wie REWE, Raiffeisen Zentralbank, Erste Bank, Porr, Miba AG, Mondy, Mayr-Melnhof Karton und Umdasch. Ausrichtung: neoliberal. Grafisch gut gemacht und in der Öffentlichkeit sehr präsent.

Nachdenkseiten.de

Gegründet von Albrecht Müller und Wolfgang Lieb, bietet die Website Interessantes und Tiefgängiges zu po-

litischen und ökonomischen Fragen; stets eine gute Korrektur zu aktuellen Debatten.

Socialeurope.eu

Nimmt für sich in Anspruch, das in den Verträgen der EU angelegte soziale Europa zu diskutieren. Angesehene Autorinnen und Autoren aus dem deutschen und angelsächsischen Sprachraum, von Gesine Schwan bis Thomas Pogge.

Verteilungsfrage.org

Wie im Titel angedeutet, greift dieser Blog Themen zur Politik und Ökonomie der Ungleichheit auf. Es will einen Beitrag leisten, das Thema Einkommens- und Vermögensungleichheit stärker in die Debatte zu rücken. Organisiert von Julian Bank, der in diesem Heft präsen- tierte Till van Treeck bloggt ebenfalls hier.

Misik.at

Schon wieder ein Autor dieser Beilage. Robert Misik ist einer der originellsten und produktivsten linken Denker des Landes. Jedes Jahr ein Buch, jeden Tag ein Kommentar, also beinahe, und immer dieser erfrischende Optimismus!



Robert Misik,
Kritik multimedial

makronom.de

Betrachtet aktuelle Ereignisse und Debatten konsequent aus einer makroökonomischen Perspektive. Autorinnen und Autoren aus aller Welt, etwa der in diesem Heft porträtierte Branko Milanović.



Branko Milanović,
auf Makronom.de

Blog.zeit.de/herdentrieb

Wer mit dem geistigen Rüstzeug der Tauschwirtschaft die Geldwirtschaft

analysiert, kommt zu den falschen Schlüssen, schreiben die Hirten dieses Blogs programmatisch. Es sind die Ökonomen der Wochenzeitung *Die Zeit*, und mit Tauschwirtschaft meinen sie das neoliberale Paradigma. Immer lesenswert

Makroskop.eu

Die Ökonomen Heiner Flassbeck und Pual Steinhardt gestalten dieses Portal mit aktuellen, originellen und fundierten Beiträgen und interessanten Thesen, zum Beispiel zur Stagnation in Europa, zur Hölle des Plattformkapitalismus und zum Wahnsinn der Schuldenbremse.

Angelsächsische Welt

Vox.eu

Website des Center for European Policy Research, einer unabhängigen Londoner Gründung eines Professors der London School of Economics. Versammelt über 550 akademische Stimmen. Bezeichnet sich selbst als parteilos und präsentiert 1000 der besten Ökonomen weltweit; führt selbst aber keine In-House-Forschung durch.

Freakonomics.com

Entstand aus dem gleichnamigen Buch der Journalisten Stephen J. Dubner und Steven D. Levitt, die für das *New York Magazine* arbeiteten, das fünf Millionen Auflage erzielte. Eher originelle Themen wie Vegetarismus oder die Ökonomie eines Kletterstars. Wurde der lesbarste Ökonomie-Blog des Planeten genannt, was den beiden Autoren zufolge wenig besagt.

Calculated.risk.com

Wurde vom *Time Magazine* unter die besten 25 Blogs weltweit gereiht, hat in den USA die meisten Follower, weil Autor Bill McBride zu jenen gehörte, die die Wallstreet Housing Bubble vorhersagten.



Bill McBride sagte
den Crash von
2008 voraus

economonitor.com

Der Ökonom Nouriel Roubini, auch er gehörte zu jenen, die die Bubble 2008 vorhersagten, hat mit den Leuten von Ashmore Publishing ein exzellentes Portal zusammengestellt. „Ökonomische, finanzielle und geopolitische Entwicklungen rund um den Globus“ werden behandelt.

Marginalrevolution.com

Recht origineller Blog mit Themen wie der politischen Präferenz religiöser Gruppen in den USA, Asimovs First Law für Computer, ob Angestellte bei Jobgesprächen über ihre kriminelle Vergangenheit gefragt werden dürfen, welche europäische Hauptstadt vom Brexit profitieren würde und so weiter.

krugman.blogs.nytimes.com

Princeton-Professor, Nobelpreisträger und so weiter. Meist originell, immer pointiert. Im US-Vorwahlkampf zeigte er sich als unerbittlicher Clintonist und musste sich herbe Kritik vom Lager der Sanders-Ökonomen anhören.



Paul Krugman,
ökonomisches
Gesicht der New
York Times

blogs.ft.com/economistsforum

Der neue Bundeskanzler verehrt ihn, hier sammelt und publiziert er Kommentare von renommierten Kollegen und diskutiert selber mit: der angesehene Journalist der *Financial Times*, Martin Wolf.

rtable.net

Economics roundtable ist ein Blog-aggregator, versammelt von der University of North Carolina, der manche der hier erwähnten Blogs mit einschließt (und zahlreiche darüber hinaus, insgesamt mehr als 120).

placeduluxembourg.wordpress.com

Befasst sich mit der Eurokrise. Spannweite von lesenswerten Reflexionen

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von Seite 37

über die wahren Ursachen des Untergangs des Weströmischen Reichs bis zur aktuellen griechischen Tragödie und zu einer Einschätzung der Kritik an der EU. EU-Kritik aus mit der EU sympathisierender Perspektive. Der Autor bleibt anonym, sagt von sich selbst, er arbeite in der Finanzindustrie in der Londoner City.

Project-syndicate.org

Immer interessante Artikel aus allen politischen und ökonomischen Bereichen; namhafte Ökonomen, die hier regelmäßig publizieren, sind Nouriel Roubini, Joseph Stiglitz, Robert Shiller, Barry Eichengreen, Dani Rodrik, Daniel Gros, Martin Feldstein u.a.



Joseph Stiglitz,
gewiss einer der
bedeutendsten
Ökonomen der
Gegenwart

NakedCapitalism.com

Dieser Blog sagt über sich, er sei „nichts für die Schwachherzigen“. Gegründet vor der großen Krise, im Oktober 2006 befasst er sich mit den üblen Folgen des neoklassischen Finanzkapitalismus und versucht, eine Richtungsänderung im Denken herbeizuführen. Viele, teils renommierte Autorinnen und Autoren.

Populareconomics.org/blog

Blog der Nonprofit-Organisation Center of Popular Economics, CPE, die sich mit den Auswirkungen der Marktideologie auf das tägliche Leben befasst. Die Medien überlassen ihre Expertise meist Experten. Nicht nötig, sagt CPE, und hilft beim Selberdenken.

Triplecrisis.com

Die dreifache Krise besteht in der Finanzkrise, der Entwicklungskrise und der Umweltkrise. Ausgezeichnete Website, die sich mit der globalen Krise aus der Sicht des Nordens und des Südens auseinandersetzt, was sie auch in der ausgewogenen Liste der Autorinnen und Autoren widerspiegelt.

Nextnewdeal.net

Der Blog des Roosevelt Institute, dessen Motto lautet: Stellen wir uns vor, wir ändern die Regeln. Der nächste New Deal soll den arbeitenden Menschen faire Bezahlung bringen; die Beiträge hier versuchen, im Sinn des Erbes von Franklin D. und Eleanor Roosevelt einen Beitrag dazu zu leisten.



F. D. Roosevelt,
der Präsident des
New Deal

BusinessEconomics.com

Blog von Keith Pilbeam, forscht und unterrichtet International Economics and Finance an der City University London; bringt unter anderem Listen mit den besten ökonomischen Blogs, die auch diese Liste inspiriert haben.

Cato-unbound.org

Wer in die Gedankenwelt der amerikanischen Libertären eintauchen will, ist hier richtig. Gegründet mit dem Geld der reaktionären Koch-Brothers, bringt dieser Blog jeden Monat einen längeren Artikel, der Diskussionen auslösen soll (und meist auch auslöst).

Theguardian.com/economics-blog

Mitarbeiter und Gäste des linksliberalen *Guardian* bloggen hier, angeführt von Wirtschaftschef Larry Elliott zu aktuellen Themen ein.

Realclearmarkets.com

Die US-Website Realclear.com startete als Aggregator politischer Informationen und macht in dieser Hinsicht Nate Silvers Fivethirtyeight (nächster Eintrag) Konkurrenz. Hat sein Angebot von Politik auf andere Themenfelder ausgeweitet. Obwohl manche die Site als konservativ beschreiben, bringt sie auch Ansichten von Mitte-links und von eigenen Mitarbeitern.

Fivethirtyeight.com/economics

Gegründet von Datenguru Nate Silver, der aus verschiedenen Umfragen eine Poll of Polls extrahiert und US-Wahlen meist am exaktesten voraussagt, hat sich die Website auch auf Sport und Wirtschaft ausgedehnt. In statistischer Hinsicht immer interessant; politisch dem Clinton-Lager zuzurechnen.

Michael-Hudson.com

Der in diesem Heft porträtierte Hudson (Seite 10) postet hier gern Transkripte seiner Radiointerviews, aber auch Auszüge aus seinen Büchern und Essays. Jüngstes Beispiel: Sokrates und Ibn Khaldun über Schuldenpolitik.



Michael Hudson,
umfassend
historisch
gebildeter
Ökonom

robertreich.org

Robert Reich ist Professor für öffentliche Politik an der Goldman School of Public Policy der University of California, Berkeley. Er war von 1993 bis 1997 US-Arbeitsminister unter Präsident Bill Clinton und unterstützte im US-Vorwahlkampf trotzdem nicht Hillary Clinton, sondern Bernie Sanders. Bringt auch interessante Polemiken gegen Paul Krugman.

Medien

Übermedien

Stefan Niggemeiers deutscher medienkritischer Blog; Niggemeier war der, der Bildblog anfang und Krautrepper mitbegründete, sich dann aber selbstständig machte. Bezahlpflichtig (über Blendle).



Stefan Niggemeier,
genauer
Medienbobachter

socialmediawatchblog.org

Sieben junge deutsche Journalistinnen und Journalisten geben einen wirklich feinen Newsletter heraus, der über Tun und Treiben der Social Media in aller Welt informiert – täglich und nützlich.

Krautrepper.de

Durch Crowdfunding finanziertes Projekt nach dem Muster des niederländischen *De Correspondent*, soll ohne Verlag und Konzern journalistische Unabhängigkeit fortschreiben. Guter Aggregator mit eigenen Beiträgen; will sich 2016 in eine Genossenschaft umwandeln.

Quintessenz.at

Leute aus Technik, Wissenschaft, Journalismus und Kunst. Reklamiert (vermutlich mit Recht) für sich, die im Sommer 1994 das erste regelmäßig erscheinende eZine im deutschen Sprachraum ins Netz gebracht zu haben, „um über die Auswirkungen und Hintergründe der IT-Durchdringung aller Lebensbereiche sowie der globalen Vernetzung zu berichten und aufzuklären“.

qz.com

„Quartz is a digitally native news outlet, born in 2012, for business people in the new global economy. We publish bracingly creative and intelligent journalism with a broad worldview, built primarily for the devices closest at hand: tablets and mobile phones.“ Wurde vom Atlantic-Monthly-Verlag mit Unterstützung diverser Konzerne gegründet. Modernistisch, aber nicht unkritisch – z.B. eoe-Artikel über „das schmutzige Geheimnis von Airbnb“: Es ist wirklich, wirklich weiß ...

Edge.org

Herausgeber John Brockman, New Yorker Verleger und Herausgeber, inspirierte mit dieser Website Frank Schirrmacher, den 2014 verstorbenen *FAZ*-Herausgeber, zu mehreren Büchern. Vor allem die jährliche Frage, auf die hunderte ausgewählte Intellektuelle aus aller Welt Antwort geben, ist immer spannend. Was wäre Ihre Antwort auf die Frage: Was denken Sie über Maschinen, die denken?

robertmccchesney.org

Robert McChesney, Professor an der University of Illinois, ist einer der wichtigsten lebenden Kommunikationswissenschaftler. Seine zahlreichen Bücher über Eigentumsverhältnisse der Medien sind Standardlektüre. Er gibt auch das sozialistische Magazin *Monthly Review* heraus. Er war Mitbegründer der Organisation *Freepress*. Selbstkennzeichnung: Author, Activist and Professor of Communication.



Robert McChesney,
Kämpfer für
freie Medien

Freepress.net

Gegründet von Robert McChesney (oben), kämpft für freien und gleichen Internetzugang und die Möglichkeit politischer Partizipation, mit einem Wort für demokratischen Mediengebrauch.

Triple-C

nennt sich ein englisches Magazin, bei dem auch der in diesem Heft interviewte Christian Fuchs mitarbeitet. Die drei C stehen für Communication, Capitalism und Critique. Der Untertitel ist Programm: „Journal for a Global Sustainable Information Society“, also Journal für eine globale, nachhaltige Informationsgesellschaft.



Christian Fuchs,
marxistischer
Medienökonom

Techcrunch.com

Eine der weltweit am stärksten genutzte Technologie- und Medienseiten, stark auf innovative Produkte und Disruption fokussiert. Nicht der Geist der Kritik, der Geist von Silicon Valley regiert hier.

cjr.org

Maßgebliches Onlinejournal der Columbia University, berichtet über Innovationen, aber auch über Verhaltensregeln und ethische Normen im Journalismus.

Poynter.org

Diese renommierte Journalistenschule hat nicht nur eine informative Website. Die Schule wird als Non-Profit-Organisation geführt, besitzt aber die Zeitung *Tampa Bay News*.

Niemanlab.org

Das Organ der Harvard-Journalistenschule. Das Journal hält, was der Name Harvard verspricht: exzellente, kritische Informationen über alle Aspekte des Journalismus.

3. Arbeit im Netz

40

Sylvia Kuba über Crowdwork, die neue Form, über Plattformen vermittelt zu arbeiten. Sie bringt arbeitsrechtliche Probleme mit sich

44

Leonhard Dobusch weist darauf hin, dass die Haupthürde bei digitaler Bildung nicht die Geräte darstellen, sondern der mangelnde Wille zur Zusammenarbeit

49

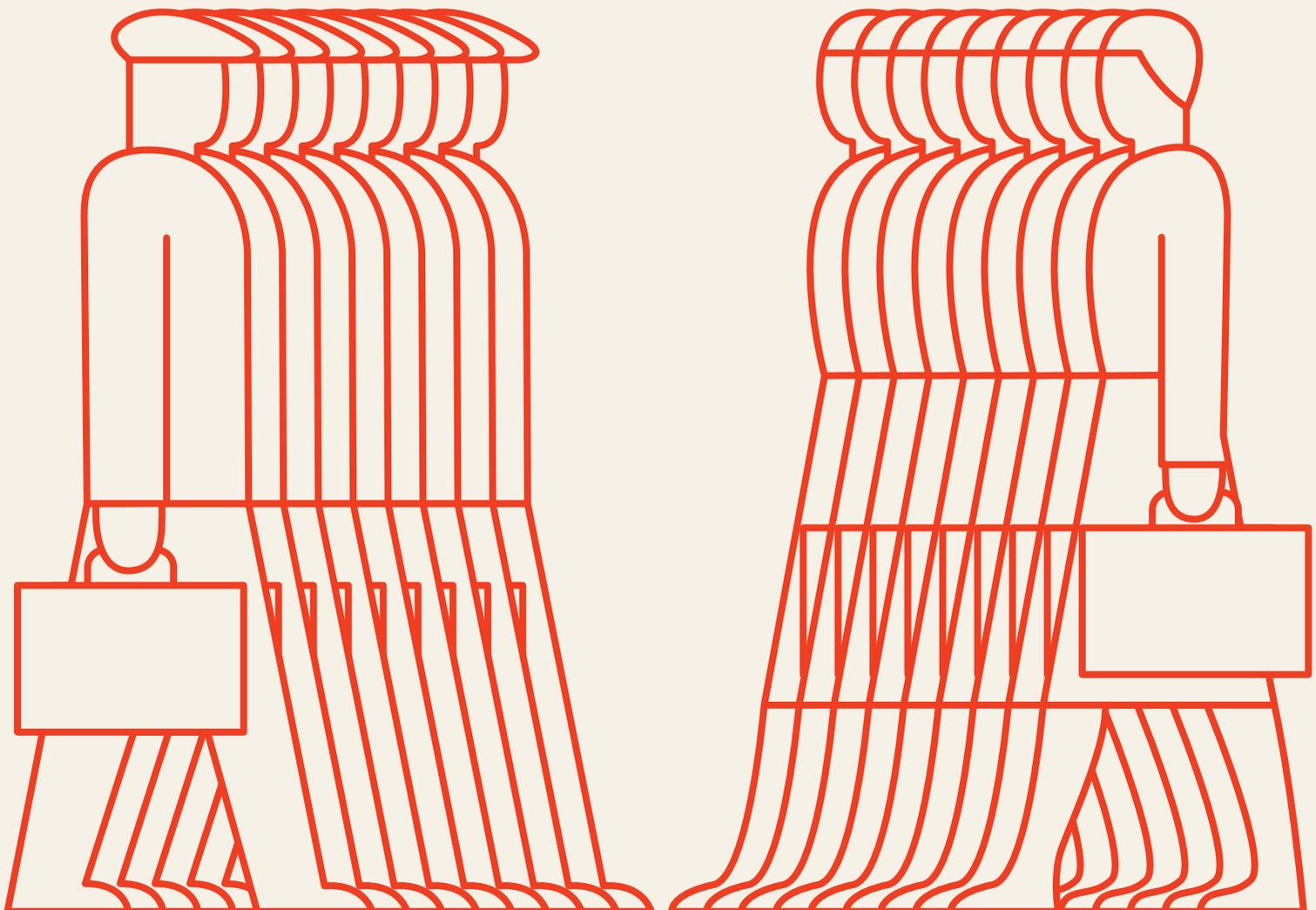
Share Economy mündet wie alles auf unregulierten Märkten in Überbewertung und Konzentration: sogar dort, wo es um Nonprofit-Projekte geht

52

Alter und Bildung scheiden die Gesellschaft in vielem. Diese Trennlinien zeigen sich auch in der digitalen Sphäre

54

Machen uns Computer und Roboter arbeitslos? Kein Grund zur Panik, sagt Markus Marterbauer. Technischer Fortschritt sparte immer schon Arbeit ein



Abnormal ist das neue

Wie sieht der Arbeitsalltag eines **Crowdworkers** aus? Geht uns die Arbeit aus, wenn Kühlschränke cleverer werden als wir? Wie wollen wir verhindern, dass es die Gesellschaft aufgrund immer stärker polarisierter Arbeitsmärkte zerreißt? Ein Blick in die Arbeitswelt der Zukunft

Stiefel oder Sandalen? Kimonokleid oder Tunika? Der geübte Clickworker trifft die Entscheidung blitzschnell und zigital hintereinander. Per Mausklick ordnet er dem Kleidungsstück auf dem angezeigten Werbebildchen die passende Kategorie zu. Für jeden Klick werden 0,01 Euro aufs virtuelle Konto gutgeschrieben. Und weiter, zum nächsten Auftrag: Männerhemd, lange Ärmel, gestreift.

Das Kategorisieren von Modeprodukten ist eine von vielen Tätigkeiten, die Crowdworker weltweit über Online-Arbeitsplattformen erledigen. Von Texterstellung, Übersetzungen, Programmier- und Recherchetätigkeiten bis hin zu kreativer Arbeit wie der Erstellung von Logos. Webseiten wie „Clickworker“, „Topcoder“, „Amazon Mechanical Turk“ oder „Upwork“ sind die Hotspots einer neuen Form der Arbeitsorganisation: „Crowdwork“. Auf Deutsch heißt das so viel wie: Arbeit der Horde. Als Erfinder des Begriffs gilt Jeff Howe, der 2006 in einem Interview feststellte: „Remember outsourcing? Sending jobs to India and China is so 2003. The new pool of cheap labour: everyday people using their spare cycles to create content, solve problems, even do corporate R&D“. (Erinnern Sie sich an Outsourcing? Jobs nach Indien und China zu exportieren ist so 2003. Das neue Reservoir billiger Arbeit sind Leute, die Platz in ihren privaten Abläufen dazu nutzen, um Inhalte zu schaffen, Probleme zu lösen, sich sogar an Forschung und Entwicklung von Unternehmen zu beteiligen.)

Das Prinzip ist einfach: Über eine Onlineplattform werden Arbeitsaufträge an eine große Zahl von Menschen ausgeschrieben, die dort registriert sind, die Aufgaben online erledigen und die Ergebnisse abliefern. Große Arbeitsaufträge werden dabei meist in viele kleine Arbeitsschritte zerlegt, parallel an viele Menschen vergeben und so in wenigen Stunden erledigt. Bezahlt wird bei den genannten Beispielen ein vorher fix festgelegter Lohn. Bei anderen Plattformen gilt das Wettbewerbsprinzip. Am Ende kann der Auftraggeber das Arbeitsergebnis bewerten. Ratings als allgegenwärtiger Bestandteil der Onlinewelt.

Arbeiten im Zeitalter der Plattformen

Plattformen, auf denen Dienstleistungen vermittelt werden, schießen wie Pilze aus dem digitalen Boden. In einer Anfang 2016 veröffentlichten Studie kommt die bekannte Soziologin Ursula Huws (vgl. Seite 8) zu dem Schluss, dass in Großbritannien bereits fünf Millionen Menschen einmal über eine Crowdworkplattform gearbeitet

TEXT:
SYLVIA KUBA

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN



Zwölf Prozent aller Arbeitsplätze in Österreich sind leicht automatisierbar. Das bedeutet aber noch nicht zwingend, dass sie verschwinden

SYLVIA KUBA

Zur Autorin

Sylvia Kuba ist in der Arbeiterkammer Wien zuständig für das Themenfeld Digitalisierung

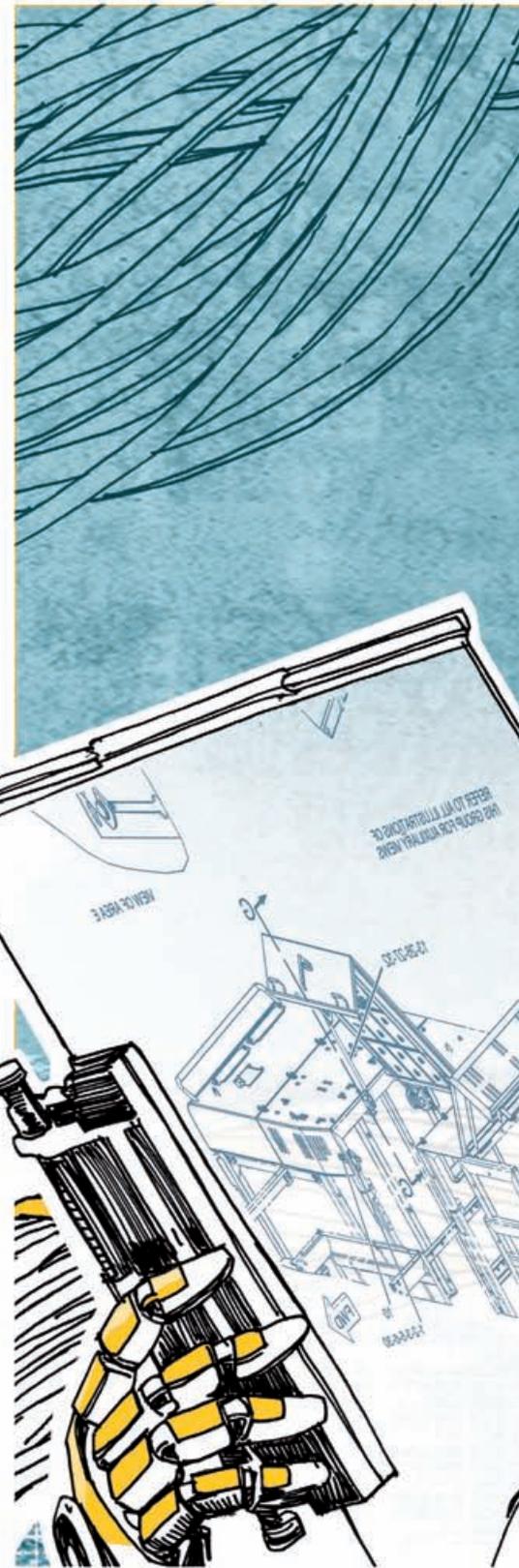
haben. Für Schweden liegen Zahlen in ähnlicher Größenordnung vor. Wer sind diese Leute?

Ein bisschen Licht ins in Europa noch weitgehend unbekanntes Feld der Crowdarbeit bringt eine Studie des deutschen Sozialministeriums. Dafür wurden über 400 Crowdworker über ihre Lebens- und Arbeitssituation befragt. Es zeigt sich: Die Befragten sind im Schnitt 29 Jahre alt – also deutlich jünger als der Durchschnitt der deutschen Erwerbstätigen. Sie sind außerdem eher ledig und hoch gebildet. Sie nutzen die Arbeit über Onlineplattformen, um sich zu ihrem eigentlichen Job oder neben der Ausbildung etwas dazuzuverdienen. Dementsprechend arbeiten nur 13 Prozent mehr als drei Stunden pro Woche für eine Plattform. Wie dynamisch die Entwicklung ist, zeigt die Tatsache, dass fast 70 Prozent der Befragten angeben, erst im letzten Jahr ihrer Plattform beigetreten zu sein. Ein Hinweis darauf, dass wir erst am Anfang eines Phänomens stehen. Gut finden die meisten die Flexibilität, die diese Plattformen mit sich bringen. Arbeiten, wann man will, wo man will.

Anders ist die Situation in den USA. Crowdwork ist dort bereits länger verbreitet. Als Pionier gilt dabei Amazon, mit der unternehmenseigenen Plattform „Amazon Mechanical Turk“ (AMT). Sie verfügt laut Eigenangaben über rund 500.000 registrierte sogenannte „Turker“, die von 191 Ländern aus arbeiten, vor allem aus den USA und aus Indien. Einer Analyse des IT-Wissenschaftlers Panagiotis Ipeirotis zufolge ist die Arbeit für AMT für mehr als die Hälfte von ihnen die wichtigste Einnahmequelle. Das Phänomen ist gerade während der Krise 2008 stark gewachsen. „Viele haben schlicht keinen besseren Weg, um Geld zu verdienen. Wenn du in den USA Crowdworker fragst, wie sie mit dieser Art der Arbeit begonnen haben, erzählen sie dir sehr wahrscheinlich, dass sie eines Tages vor ihrem Computer gesessen sind und Sätze gegogelt haben wie ‚Online Geld verdienen‘ oder ‚Von zu Hause aus Geld machen‘. Und dann haben sie Crowdwork entdeckt“, erzählt einer, der die Plattform wie seine Westentasche kennt. Der Programmierer Michael Silberman ist einer der Mitbegründer von „Turkopticon“, dem – wenn man so will – selbstorganisierten Gegenstück zu AMT.

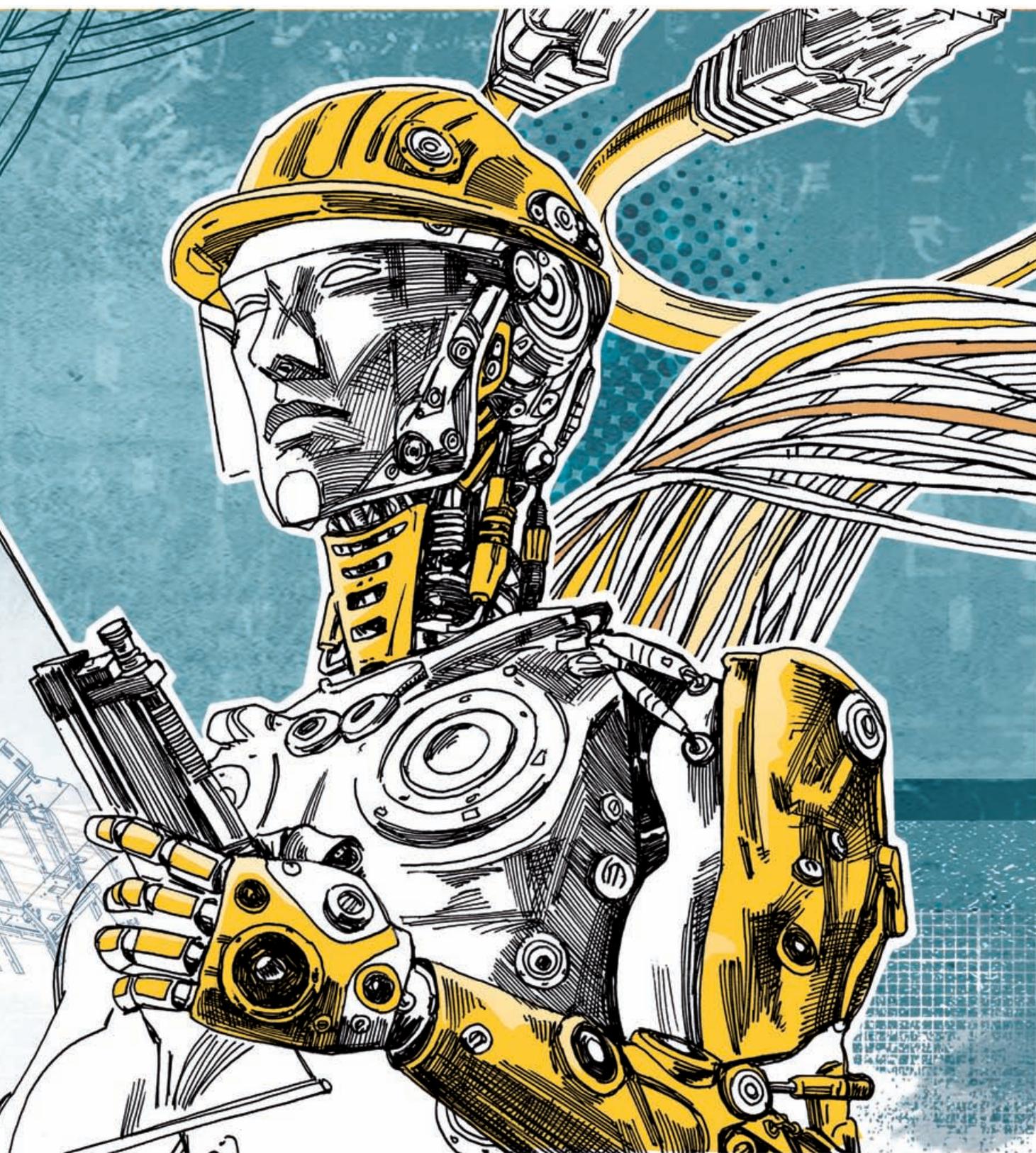
Online Organisation

Dass Turker begonnen haben, sich zu organisieren, ist kein Wunder. Denn der scheinbar einfache Zugang zur Arbeit bringt eine Reihe von Problemen mit sich. Das wahrscheinlich gravierendste: Die Plattformen



stellen in der Regel keine Arbeitsverträge aus, sondern lediglich AGBs (Allgemeine Geschäftsbedingungen). Wer arbeiten will, muss sie annehmen. Die an der Universität von Kalifornien tätige Kommunikationswissenschaftlerin Lilly Irani zeigte in einer Untersuchung bereits 2008 die größten Sorgen der Crowdworker auf, die in dieser arbeitsvertragsfreien Zone entstehen: niedrige oder zu späte Bezahlung, unfaire Ablehnung von Arbeitsergebnissen und die Un-

Normal



möglichkeit, mit den Auftraggebern direkt zu kommunizieren.

Auf Grundlage der Erkenntnisse entwickelten Irani und Silberman das Programm „Turkopticon“, das sie gratis zur Verfügung stellten. Es sollte „den Turkern erlauben, Informationen über Auftraggeber zu teilen, die sie ihrer Meinung nach nicht fair behandelten“, so Silberman. Die Idee schlug ein. Turker nutzten das Programm, um das Spiel mit dem Rating umzudrehen

und die Verlässlichkeit der Auftraggeber zu bewerten. Die größte Herausforderung dabei blieb, Vertrauen in der virtuellen Welt herzustellen. Das gehe gerade online nur durch ständige Diskussion und Transparenz und habe viel „mentale Energie“ gekostet, erzählt Silberman, der heute in Frankfurt für die IG Metall daran arbeitet, die Welt der Crowdworker auch für die deutschen Gewerkschaften zu erschließen.

Längst wird übers Internet nicht nur

digital erledigbare Arbeit vermittelt. Über Seiten wie „Book a tiger“ können Reinigungskräfte für zu Hause gebucht werden. Auf „MyHammer“ bieten Handwerker ihre Leistungen nach dem Versteigerungsprinzip an. Über „Checkrobin“ findet man Fahrer, die einem Pakete von Wien nach Graz mitnehmen. Die Vermittlung von Dienstleistungen über Plattformen boomt. Unklar

Fortsetzung nächste Seite

Das Prinzip Crowdwork

Ein Unternehmen schreibt Arbeit über Internetplattformen an eine große, anonyme Gruppe von Menschen aus. Große Arbeitsmengen werden meist in viele kleine Einzelaufgaben zerlegt. Die Crowdworker und Crowdworkerinnen übernehmen die Aufträge und erledigen die Arbeit online und von zu Hause aus. Die Entlohnung kommt von der Plattform. Das heißt: Mit dem eigentlichen Auftraggeber kommt eine Crowdarbeiterin nie direkt in Kontakt

Wer sind die Crowdworker?

Eine Studie des deutschen Ministerium für Arbeit und Soziales zeigt: Crowdworker sind jünger als der Durchschnitt der Erwerbstätigen und eher ledig (76%). Viele (rd. 40%) arbeiten nebenbei als Crowdworker und sind daneben abhängig beschäftigt (39%) oder selbstständig (8%) oder in Ausbildung (31%). 78% geben ein monatliches Nettoeinkommen von unter 1500 Euro an. Fast 70% der Befragten arbeiten noch nicht länger als 12 Monate für die jeweilige Plattform. 33% geben an, über mehr als eine Plattform zu arbeiten

Sag mir, wer die Türken sind

Allein das Versandhandelsunternehmen Amazon verfügt nach eigenen Angaben über 500.000 sogenannte Turker, als ausgelagerte Zuarbeiter und Zuarbeiterinnen, die von 191 Ländern aus für den Konzern minder qualifizierte Tätigkeiten verrichten. Die meisten von ihnen leben in den USA und in Indien

Fortsetzung von Seite 41

bleibt dabei meist: Was für eine Art von Arbeitsverhältnis entsteht hier eigentlich? Wer haftet im Versicherungsfall?

Arbeitsrechtliche Knackpunkte

Im Zuge der internetbasierten Arbeitsvermittlung wird damit ein Trend der vergangenen Jahre verstärkt: das Verschwimmen der Grenze zwischen selbstständiger und unselbstständiger Arbeit. Denn geht es nach den Plattformbetreibern, scheint jede Putzfrau, jeder Fahrer, jeder Crowdworker ein Unternehmer zu sein. Martin Risak, Arbeitsrechtsprofessor an der Universität Wien, sieht hier den arbeitsrechtlichen Knackpunkt der Zukunft. Denn ob das Arbeitsrecht gilt, entscheidet sich eben anhand der Grenzziehung zwischen fremdbestimmter und selbstständiger Arbeit. Das hat den Sinn, dass durch das Arbeitsrecht nur geschützt wird, wer auch wirklich schutzbedürftig ist und seine Interessen nicht ausreichend selbst durchsetzen kann.

Bei dieser Abgrenzung werde, so Risak, allerdings nicht das tatsächlich vorliegende Kräfteungleichgewicht bewertet, sondern die „persönliche Abhängigkeit“. Es geht dabei um die Gestaltungsfreiheit, die Arbeitnehmer bei der Erbringung der Dienstleistung haben – ob sie sich in eine fremde Organisation einordnen und sich zum Beispiel im persönlichen Verhalten bei der Arbeit Weisungen unterwerfen müssen. „Dieses formale Kriterium ist in der Praxis immer seltener erfüllt. Es gibt verstärkt formal Selbstständige, die aber in wirtschaftlicher Hinsicht ebenso schutzbedürftig sind wie traditionelle Arbeitnehmer“, so Risak.

Damit Menschen auch in Zukunft ausreichend geschützt sind, müsse man überlegen: Ist eine Ausweitung des Arbeitnehmerbegriffs sinnvoll? Die Einführung bzw. der Ausbau einer Zwischenkategorie, wie sie derzeit als „arbeitnehmerähnliche Personen“ besteht, oder eben die Regulierung bestimmter Bereiche, wie das in der Vergangenheit durch das Heimarbeitsgesetz oder auch das Arbeitskräfteüberlassungsgesetz passiert ist? „Jedenfalls muss da etwas passieren, da die klassische Industriearbeit, von der das Arbeitsrecht bei seiner Schaffung



Michael Silberman begründete das „Turkopticon“, die selbstorganisierte Plattform für Mitarbeiter des AMT, des Amazon Mechanical Turk



Martin Risak: Der in Wien lehrende Arbeitsrechtler sieht die neuen Selbstständigen als schutzbedürftig

ausgegangen ist, massiv im Schwinden begriffen ist.“

Hinter den individuellen Problemen, die entstehen, wenn Menschen nicht mehr in „Normalarbeitsverhältnissen“, sondern zunehmend in unsicheren Beschäftigungsformen tätig sind, steht ein noch größeres gesamtgesellschaftliches Problem. Die Finanzierung der Sozialsysteme beruht heute vor allem auf den Beiträgen der Arbeitnehmer. Werden Arbeitsverhältnisse brüchig, gerät auch deren Finanzierung zunehmend ins Wanken (siehe Kommentar).

Geht uns die Arbeit aus?

Die große Frage, die früher oder später in jeder Debatte um Arbeit und Digitalisierung auf den Tisch kommt, ist: Wenn Computer immer schlauer werden und immer mehr Tätigkeiten erledigen können, wo sollen am Ende all die Menschen arbeiten? Schließlich zielen Entwicklungen wie Industrie 4.0 ja genau darauf ab, dass Maschinen und Produkte miteinander quasi kommunizieren und menschliches Handeln überflüssig machen. Das intelligente Werkstück soll wissen, wo es hinmuss; der smarte Roboter, wie er es weiter bearbeitet; der Kühlschrank, wann es Zeit ist frische Milch im Online-shop zu bestellen. Schon beschreiben die Studien Horrorszenerien, in denen jeder zweite Arbeitsplatz durch fortschreitende Automatisierung verschwinden wird. Seriös scheinen diese Prognosen nicht unbedingt.

In einem neuen OECD Working Paper, „The Risk of Automation for Jobs in OECD Countries“, treffen die Autoren eine weniger alarmistische Prognose. Neun Prozent der Beschäftigten üben demnach in ihren Berufen Tätigkeiten aus, die „relativ häufig leicht automatisierbar“ seien. Für Österreich wird das Risiko mit zwölf Prozent beziffert. Das bedeutet aber nicht gleich, dass diese Arbeitsplätze verschwinden werden, sondern: Eine große Zahl der Tätigkeiten, die diese Beschäftigten ausüben, wäre potenziell automatisierbar. Ob das dann immer passiert, ist aus drei Gründen fraglich. Erstens müssten sich die technologischen Substitutionen menschlicher Arbeitskraft einmal betriebswirtschaftlich rechnen, bevor sie ausgeschöpft werden. Zweitens sind technologische Entwicklungen und ihre In-

tegration in die Arbeitswelt ein langsamer Prozess, bei dem es viele rechtliche, ökonomische und soziale Hürden zu überwinden gibt. Derweil würden sich auch Arbeitnehmer in Richtung neuer Arbeitsfelder umorientieren. Drittens würde jeder technologische Wandel auch neue Arbeitsplätze schaffen – aufgrund steigender Nachfrage nach neuen Technologien und höherer Wettbewerbsfähigkeit.

Wie Digitalisierung die Ungleichheit verschärfen kann

Auch wenn uns die Arbeit also nicht auszugehen droht, besteht ausgerechnet für jene, die es ohnehin schon schwer am Arbeitsmarkt haben, das Risiko, dass sie die größte Last der Anpassungskosten an die neuen digitalen Technologien tragen müssen. Denn dieselbe Analyse der OECD zeigt auch: Das Risiko für einen Jobverlust durch Automatisierung ist bei Geringqualifizierten besonders hoch. 40 Prozent der Beschäftigten mit niedriger Ausbildung sind in Jobs mit hohem Automatisierungsrisiko tätig, aber nur weniger als fünf Prozent jener mit tertiärem Bildungsabschluss. Automatisierung könnte damit existierende Nachteile noch verstärken.

Neben der Polarisierung des Arbeitsmarktes in hoch- und niedrigqualifizierte Tätigkeiten bereitet den Autoren die Teilung in unbefristete Arbeitsverträge auf der einen und verschiedene Typen atypischer Arbeitsformen auf der anderen Seite Sorgen. Denn die neuen Möglichkeiten des flexiblen Matchings von Arbeitsangebot und -nachfrage durch das Internet bringen eine Zunahme von Menschen mit sich, die ohne fixe Verträge über die Runden kommen müssen. Sie haben tendenziell weniger Rechte auf soziale Absicherung, Weiterbildung, Mindestlöhne, Aufstiegschancen oder auch die Möglichkeit, einen Kredit zu bekommen, um sich private Wünsche zu erfüllen.

Damit die Arbeitswelt der Zukunft eine wird, in der wir uns wohlfühlen, ist die größte Herausforderung also, Lösungen zu finden, die dieser wachsenden Polarisierung entgegenwirken – sowohl was die Ausbildungschancen als auch was die arbeits- und sozialrechtlichen Standards von Menschen in der digitalen Welt betrifft. ■

Virtueller Druck auf Sozialsysteme braucht transnationale Lösungen

:: Flexibler werdende Arbeitsbeziehungen auf einem potenziell globalen Arbeitsmarkt machen Beschäftigungsverhältnisse instabiler. Teilzeitarbeit, geringfügige Beschäftigung, freie Dienstverträge und Arbeitskräfteüberlassung machen dem „Normalarbeitsverhältnis“ zahlenmäßig längst Konkurrenz. Globalisierung und Digitalisierung beschleunigen diese Entwicklung.

Neue Formen der Arbeitsorganisation nehmen zu. In ihnen schwinden die Grenzen zwischen selbstständiger und unselbstständiger Arbeit immer stärker. Unklare Arbeitsbeziehungen zwischen Arbeit Vermittelnden, Arbeit oder Arbeit in Auftrag Gebenden und Auftrag- bzw. Arbeitnehmenden entstehen. Arbeit auf Abruf wird immer einfacher zu organisieren. Das alles nagt an den Grundfesten des Sozialversicherungssystems.

Denn die Auslagerung von Arbeit an (schein-)selbstständige Arbeitskräfte mit atypischen Vertragsgrundlagen ist oft keine Basis für ein existenzsicherndes Einkommen, geschweige denn für eine ausrei-

Zu den Autorinnen

Caroline Kramer Referentin für sozialversicherungsrechtliche und gesundheitspolitische Grundlagenarbeit in der Abteilung Sozialversicherung der Arbeiterkammer Wien

Sylvia Kuba ist in der Arbeiterkammer Wien zuständig für das Themenfeld Digitalisierung

chende sozialversicherungsrechtliche Absicherung gegen Risiken wie Alter, Krankheit oder Arbeitslosigkeit. Je brüchiger Erwerbskarrieren werden, umso öfter muss mit Phasen der Arbeitslosigkeit gerechnet werden. Das ist die schmerzhafteste Schattenseite der Gig-Economy, also der Wirtschaft „auf Zeit“.

Gestützt werden diese Phänomene auf einen Diskurs, in dem der Abbau von arbeits- und sozialrechtlichen Standards als Notwendigkeit zur Erhaltung von Arbeitsplätzen und zur Entstehung neuer Wirtschaftszweige gepriesen wird.

Wie sich in der Vergangenheit gezeigt hat, verlieren neue Beschäftigungsformen als „Flucht aus dem Arbeitsrecht“ an Attraktivität, sobald sie in bestehende Sicherungssysteme integriert werden. So wurden in den letzten Jahren erfolgreich Maßnahmen getroffen, um die Finanzierung solidarischer Sicherungssysteme zu gewährleisten. Zum Beispiel wurde der Begriff der Arbeitnehmenden konkretisiert,

der Begriff des freien Dienstvertrages neu gefasst und die neuen Selbstständigen als „Auffangtatbestand“ eingeführt. Politischer Lösungsansatz war dabei die Einbeziehung aller (atypisch) Erwerbstätigen in die Sozialversicherung.

Ein Ansatz wäre also, Arbeitnehmende neu zu verstehen und zu definieren, mit dem Ziel, einen rechtlichen Schutzrahmen für abhängig Erwerbstätige zu garantieren.

Wir stehen aber noch vor einer weiteren Herausforderung. Gerade bei internetbasiertem Arbeiten sind die einzelnen Akteure immer weniger an nationale Grenzen gebunden. Wie kann man dieser transnationalen Dimension begegnen, wenn es um Beiträge zur Sozialversicherung geht? Wie lässt sich durchsetzen, dass arbeitende Menschen auf einem digitalisierten, globalisierten Arbeitsmarkt zu ihrem Recht kommen? Es braucht eine europäische Antwort. Die europäischen Institutionen wären gut beraten, diese Herausforderung weit oben auf ihrer Agenda anzusiedeln. ■

Der innovative Pflegeriese, der mit Daten glücklich macht

Buurtzorg. Heimische Leser werden den Namen nur mit einem Knoten in der Zunge aussprechen können. Die Übung lohnt sich: Buurtzorg, das mittlerweile größte holländische Non-Profit-Unternehmen in der mobilen Pflege, ist ein erfolgreiches Beispiel, wie digitale Technologien im Pflegebereich angewendet werden können. Das Projekt nutzt modernste Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), um die Zufriedenheit von Pflegekräften und Gepflegten zu steigern. Buurtzorg macht vor, wie digitale Technologien die Arbeitsbedingungen und Qualität der Pflege verbessern können, wenn sie in sozial innovative Organisations- und Arbeitsstrukturen eingebettet sind.

„Community nursing“ im digitalen Zeitalter

Die NGO Buurtzorg, auf Deutsch „Betreuung in der Nachbarschaft“, wurde von einem kleinen Team von Pflegekräften gegründet. Anlass dazu war die Unzufriedenheit mit den Entwicklungen in der mobilen Pflege in den Niederlanden, die durch komplexe Planungsprozesse, strikte Ziel- und Zeitvorgaben und sehr ausdifferenzierte Tätigkeitsprofile der Pflegekräfte geprägt war. Die damit einhergehende Bürokratisierung und Zersplitterung der Pflegetätigkeit führte zur Entwertung der Fachqualifikationen der Pflegerinnen und Pfleger und wirkte sich negativ auf die Qualität der Pflege aus. Viele qualifizierte Pflegekräfte verließen den Job.

Unter diesen Rahmenbedingungen startete das Team 2007 damit, Pflegekräften mehr Verantwortung zu übertragen. Kern der neuen Organisationsstruktur sind autonome Teams von bis zu zwölf zum Großteil sehr gut qualifizierten Personen – 70 Prozent sind diplomierte Pflegefachkräfte – die für eine bestimmte Region zuständig sind. Die Teams planen und gestalten den gesamten Pflegeprozess selbst, von der Personalakquise über die Pflegebedarfserhebung bis zur Verwaltung eines eigenen Weiterbil-

Holland macht vor, wie Digitalisierung die Bedingungen für Pflegekräfte und Klienten verbessern kann. Buurtzorg gilt als Best-Practice-Beispiel für soziale Innovation

BERICHT:
GERLINDE HAUER

Zur Autorin

Gerlinde Hauer ist Referentin in der Abteilung Frauen und Familie, in der AK Wien

dungsbudgets. Digitale Medien spielen dabei eine wichtige Rolle. Vieles kann dank eines anwenderfreundlichen IKT-Systems einfach und effizient erledigt werden. So bleibt mehr Zeit für die eigentliche Pflege.

Arbeit 4.0 in der Pflege

Nicht nur in Holland steht im Gesundheitssektor bei IKT-Systemen der Kontrollaspekt, das Managen eines steigenden bürokratischen Aufwands sowie ein immer komplexeres Dokumentationswesen im Vordergrund. Die Gründer von Buurtzorg gingen einen völlig neuen Weg. Ihr Ziel war von Beginn an, die Teams in ihrer Pflegearbeit möglichst gut zu unterstützen.

Jede Pflegekraft hat ein Tablet und damit Zugang zum Buurtzorgweb mit allen für die Arbeit relevanten Informationen. Diese sind damit immer verfügbar, egal, ob die Pflegerin am Stützpunkt, bei zu Pflegenden oder auf dem Weg zu ihnen ist. Neben Organisatorischem wie Stundenaufzeichnungen und Einsatzplanung der Pflegekräfte erfolgt über diese Plattform auch die Dokumentation des Pflegeprozesses. Diese fokussiert auf die für die Pflege relevanten Informationen, womit alle mit einem Klienten betrauten Pflegekräfte eines Teams immer am aktuellen Stand sind. Darüber hinausgehende Dokumentationspflichten, zu denen die Organisation verpflichtet ist, werden ebenso wie weitere administrative Aufgaben, wie etwa die gesamte Personalabrechnung und die Verrechnung von Pflegediensten, von einem zentralen Back-Office für die Gesamtorganisation übernommen, ohne die Pflegekräfte damit zu belasten.

Innovation durch Wissensaustausch

Das Buurtzorgweb ist zudem ein interaktives Austauschforum innerhalb der Gesamtorganisation. Vorhandenes Wissen, aber auch Ideen und Innovationen einzelner Pflegekräfte und Teams werden allen Beschäftigten zur Verfügung gestellt. Die Pflegekräfte entscheiden dann selbst, ob und was sie in ihrem regionalen Kontext aufgreifen. Innovationen und Weiterentwicklungen

entstehen auf diese Weise und ohne Vorgaben seitens der Geschäftsführung.

Aufgrund dieser Form der Organisation kommt Buurtzorg völlig ohne mittleres Management aus, was zu beachtlichen Kosteneinsparungen geführt hat. Buurtzorg hat lediglich acht Prozent Overheadkosten, während diese bei vergleichbare Anbietern durchschnittlich bei 25 Prozent liegen.

Buurtzorg ist mittlerweile mit 10.000 Beschäftigten nicht nur der größte Anbieter von mobiler Pflege in den Niederlanden, sondern wurde 2015 bereits zum fünften Mal zum besten Arbeitgeber der Niederlande gewählt. Zudem belegen unabhängige Studien, dass Buurtzorg wirtschaftlicher als vergleichbare Pflegedienstleistungsanbieter arbeitet.

Seit kurzem wird auch im Sinne der Selbstpflege und Autonomiestärkung der Klientinnen und Klienten mit einem eigenen für diese zugänglichen Client-Portal innerhalb von Buurtzorgweb experimentiert. Eine logische Weiterentwicklung einer Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, pflegebedürftigen Menschen mittels eines ganzheitlichen Pflegeansatzes, der auch Präventionsarbeit sowie soziale Aspekte mit einbezieht, ein möglichst selbstständiges und selbstbestimmtes Leben zu ermöglichen. Ganz wesentlich ist dabei der Aufbau eines breiten lokalen Unterstützungsnetzwerkes.

Die Pflegekräfte schaffen dieses rund um die von ihnen Gepflegten, indem sie Sozialarbeiterinnen und Ärzteschaft miteinbeziehen, Nachbarschaftshilfe und Angehörige mobilisieren. Ein Ansatz, der sich offensichtlich sehr stark mit den Bedürfnissen der Klientinnen und Klienten deckt. Buurtzorg erreicht nämlich bei den in Holland verpflichtenden nationalen Qualitätserhebungen die besten Werte unter den mobilen Versorgungsanbietern.

Fernab der technikzentrierten Debatte des Digitalisierungshypes setzt Buurtzorg so neue Standards, wie sich Technologie im Pflegebereich nutzen lässt, nämlich im Sinne sozialer Innovation. **F**



Es geht nicht um Geräte, es

Österreich, **digitales Entwicklungsland**. Hier fürchten sich Lehrer vor Mehrarbeit und Überprüfbarkeit. Dabei würde

Die Neue Mittelschule Kopfstraße II in Ottakring ist Wiens erste iPad-Schule. In allen 14 Klassen filmen Schülerinnen und Schüler mit den Geräten, surfen im Netz oder verwenden sie als Steuerkonsole im Werkunterricht. In allen Ländern gibt es inzwischen solche Klassen, die von Politik und Schulverwaltung stolz als Modellprojekte für digitale Bildung präsentiert werden. Wenn in den Medien von digitaler Bildung die Rede ist, stehen seit jeher die Geräte im Mittelpunkt. Aus Computer- wurden erst Laptop- und später Tablet-Klassen, immer mit futuristisch anmutenden Fotos von Kindern und ihren Lernspielzeugen.

Wer hingegen mit Lehrerinnen und Lehrern jenseits dieser Vorzeige-Schulen über digitale Bildung spricht, erntet meistens ein müdes, mitleidig wirkendes Lächeln: „Auch das noch!“ Begeisterung für neue digitale Lernwerkzeuge ist auch unter jüngeren Lehrkräften selten. Das liegt nur teilweise daran, dass es in Schulen an Geräten, Geld für Administration oder gleich am drahtlosen WLAN-Internet mangelt. Ohnehin geht der Trend in Richtung „Bring Your Own Device“ – die Kinder und Jugendlichen sol-

PLÄDOYER:
LEONHARD
DUBUSCH

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

Zum Autor

Leonhard Dobusch (35) studierte Wirtschaftswissenschaften und Jus in Linz, war am Center for Internet & Society der Stanford Law School und am Max-Planck-Institut in Köln, lehrte an der FU Berlin und lehrt nun Organisation am Institut für Organisation und Lernen der Uni Innsbruck

len ihre eigenen Geräte mitbringen und verwenden, in der Schule braucht es dann nur ein paar Leihgeräte.

Nein, es ist vor allem der zusätzliche Aufwand, der Lehrkräfte davon abhält, Tablets oder Smartphones im Unterricht einzusetzen. Lehre mit digitalen Werkzeugen braucht mehr Vorbereitung, andere pädagogische Ansätze und zusätzliche Kompetenzen hinsichtlich Gerätenutzung, Datenschutz sowie Urheber- und Persönlichkeitsrechten. Vor allem aber fehlen digitale Lernunterlagen. In Österreich hat Familienministerin Karmasin zwar für 2016 die ersten Schul-E-Books versprochen, sie werden aber noch lange die Ausnahme bleiben. Digitale Zusatzangebote der Schulbuchverlage zu den gedruckten Schulbüchern wiederum sind teuer, unflexibel und deshalb kaum im Einsatz.

Das Lehrerleben leichter machen

Paradoxerweise liegen die größten Chancen digitaler Bildung deshalb eher jenseits schicker neuer Gerätschaften. Die größten und bislang weitgehend ungenutzten Potenziale digitaler Technologien für bessere Bildung liegen in einem Bereich, der Lehrenden

das Leben leichter anstatt (noch) schwerer macht: dem Austausch von Lehr- und Lernunterlagen. Egal ob an Schulen oder Universitäten, schon immer haben Lehrkräfte Materialien untereinander geteilt. Wer einen Kurs neu übernimmt, erkundigt sich völlig selbstverständlich bei denjenigen nach Unterlagen, die denselben Kurs zuvor unterrichtet haben. Auch an der Schule kursieren ganz selbstverständlich Übungsblätter, Buchkapitel und didaktische Konzepte in Konferenz- und Lehrerzimmern oder werden, so vorhanden, via Schulserver getauscht.

Dieser bereitwillige Austausch von Lehr- und Lernmaterial entspricht auch der fundamentalen Aufgabe von Bildung: das miteinander Teilen und auch dadurch erst mögliche, gemeinsame Weitergeben von Wissen und Kompetenzen. Und Materialien werden nicht nur getauscht, sie werden auch miteinander kombiniert, weiterentwickelt und an neue Kontexte und Zeiten angepasst. Trotz Laptop und Internet endet dieser produktive Austausch von Lernunterlagen aber immer noch an den Mauern der jeweiligen Bildungseinrichtung. Die Kopiervorlage liegt zwar im Konferenzzimmer auf



geht um offene Bildung!

ihnen gerade möglicher digitaler Austausch das Leben erleichtern

oder digitalisiert am Schulserver, schon die Lehrkräfte der Nachbarschule können aber nicht auf sie zugreifen, ja wissen nichts von ihrer Existenz.

Angst vor kritischen Kollegen?

Die Gründe für die Zurückhaltung beim digitalen Teilen von Lernunterlagen sind vielfältig. Manche fürchten den kritischen Blick von Kollegen, weil sie nicht sicher sind, ob ihre Folien und Arbeitsblätter im wahrsten Sinn des Wortes vorzeigbar sind. Andere scheuen den Mehraufwand, Dinge im Netz zur Verfügung zu stellen. Ganz oben auf der Liste der Gründe steht aber das Urheberrecht. Was in Klassenzimmern, Hörsälen oder auch auf geschlossenen Onlinelernplattformen wie Moodle passiert, bekommt außer den Kursteilnehmern niemand mit. Sobald Unterlagen aber frei online gestellt werden sollen, siegt die Angst vor dem Anwaltsschreiben über die Bereitschaft, Wissen zu teilen.

Öffentlich bezahlte Lehrkräfte produzieren also täglich und immer wieder von neuem Lernmaterial und teilen dieses auch durchaus bereitwillig mit Kollegen. Die Möglichkeiten zum digitalen Austausch

über die Grenzen der eigenen Bildungseinrichtung hinweg bleiben jedoch ungenutzt. Mehr noch, nahezu alle öffentlich im Rahmen der Schulbuchaktion finanzierten Schul- und Lehrbücher sind im Internet schwer auffindbar oder nur in streng kopiergeschützten Dateiformaten verfügbar, die eine Anpassung an individuelle Bedürfnisse vereiteln – von Rekombination mit anderen Materialien und deren Weitergabe ganz zu schweigen.

Ursache für die schlechte digitale Zugänglichkeit selbst der in Österreich vollständig öffentlich finanzierten Schulbücher ist die Dominanz des gedruckten Buches. Selbst wo iPads zum Einsatz kommen oder E-Books verfügbar sind, werden die bestehenden Verhältnisse linear in die digitale Welt fortgeschrieben: statt eines gedruckten Buchs bekommen Schulen ein digitales PDF. Sofern E-Books oder digitale Ergänzungsmaterialien überhaupt online verfügbar sind, werden sie nur in proprietären Formaten mit strengem Kopierschutz und damit verbundenen Einschränkungen hinsichtlich Kompatibilität, Les- und Verwendbarkeit angeboten. Im Ergebnis führt diese Situation dazu, dass qualitätsgesicherte

und öffentlich finanzierte Lehrwerke digital kaum gefunden und verwendet werden. In diese Lücke stoßen wiederum Unternehmen und Verbände mit interessengeleiteten Angeboten vor. Gerade in politischen sensiblen Bereichen wie sozio-ökonomischer Bildung dominieren Angebote wie das von der Arbeitgeber-Lobby Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft finanzierte Portal „wirtschaftundschule.de“ mit seinen kostenlosen Unterlagen.

Für Deutschland untersuchte der Bundesverband der Verbraucherzentralen 2014 eine Auswahl kostenlos verfügbarer Angebote hinsichtlich Qualität in einem Materialkompass. Das ernüchternde Ergebnis: 74 Prozent aller als „mangelhaft“ bewerteten Materialien stammten von wirtschaftsnahen Herausgebern. Neben didaktischen Schwächen leiden diese Materialien unter anderem auch an Verletzungen des Kontroversitätsgebots, also der ausgewogenen Darstellung gesellschaftlich umstrittener Themen. Der bisweilen fehlenden Qualität zum Trotz sind es solche wirtschaftsnahen Lernunterlagen, die besonders einfach

Fortsetzung nächste Seite



**OER,
Open Educational
Resources, sind
freie Lehrmittel
mit einer offenen
Lizenz**

Fortsetzung von Seite 45

und gut mittels herkömmlicher Suchmaschinen auffind- und nutzbar sind.

Digital-offene Lernmaterialien

Im Ergebnis sind öffentlich finanzierte Lernmittel also nicht nur schlecht digital verwendbar, sondern eröffnen auch finanzstarke Lobbys einen Weg in die Klassenzimmer. An genau diesen Punkten setzen deshalb Verfechter von offen lizenzierten Lehr- und Lernunterlagen (Open Educational Resources, OER) an. Open Education verbindet, wie es in der von über 260 Bildungseinrichtungen unterzeichneten Kapstädter Open Education-Erklärung heißt, „die alte Tradition, Wissen und Ideen gemeinsam zu entwickeln und auszutauschen mit den neuen Möglichkeiten der Vernetzung und Interaktivität, die das Internet bietet.“

Zentraler Hebel zur Erreichung dieses Ziels ist die Verwendung offener Urheberrechtslizenzen wie Creative Commons im Bereich öffentlich finanzierten Lernmittel. Offene Lizenzen ermöglichen Lehrkräften, Eltern und Schülern gleichermaßen das Herunterladen, Weitergeben, Verbessern und Rekombinieren von Unterlagen ohne aufwendige Rechtklärung. Ob diese Lernunterlagen dann digital auf Tablets oder analog ausgedruckt verwendet werden, ist unerheblich. Im Vordergrund steht, den allzu kleinen Kreis, in dem heute Lernmittel ausgetauscht werden, zu erweitern und digital zu öffnen.

OER ist dabei nicht bloß graue Theorie. In den USA werden bereits seit Jahren private und öffentliche Mittel im Ausmaß mehrerer Millionen Dollar in Erstellung von OER investiert. Es gilt die Regel, dass öffentlich oder von gemeinnützigen Stiftungen finanzierte Lernmittel auch offen lizenziert sein müssen. Deutschland fördert seit 2015 Studien und Qualifizierungsmaßnahmen zu OER aus Bundesmitteln und in Polen werden im Rahmen des Projekts „Cyfrowa Szkoła“ („Digitale Schule“) ebenfalls offen-lizenzierte Schulbücher erstellt.

OER-Entwicklungsland Österreich

In Österreich jedoch, obwohl es seit Bruno Kreiskys Bildungsreformen Lernmittel im Rahmen der Schulbuchaktion umfassend öffentlich finanziert, fehlt bislang ein politisches Bekenntnis zu Open Education. Zumindest im jüngsten, Mitte 2016 veröffentlichten „Nationalen Bildungsbericht“ sind OER inzwischen ein Thema. Im Kapitel zu Medienkompetenz und „Lehren und Lernen im digitalen Zeitalter“ heißt es dort etwa, dass die in Österreich „gute Ausstattung der Schulen mit digitalen Geräten durch Schwierigkeiten des Zugriffs auf entsprechend geeignete Unterrichtsmaterialien konterkariert [wird].“ Und weiter: „Eine flächendeckend gute Verbreitung von technischen Geräten verliert ohne eine begleitende Änderung der Lizenzbedingungen für elektronische Materialien ihre Effektivität.“

Dabei ist der Umstieg auf offene Lizenzierung von Lernmitteln nicht einmal in erster Linie eine Kostenfrage. Gernot Vljaj geht in seiner 2014 erschienenen Machbarkeitsstudie „Das OER-Schulbuch“ von vergleichbaren Erstellungskosten für herkömmliche und OER-Schulbücher aus. Auch die Qualitätskontrolle von OER-Lernwerken könnte genauso wie jene von herkömmlichen Schulbüchern auf Manuskriptbasis erfolgen. Entscheidend für die Ermöglichung von OER-Schulbüchern ist deshalb die Berücksichtigung von offenen Lizenzen und offenen Formaten im Rah-



Politischer Wille I:
Bruno Kreisky
finanzierte in der
Bildungsreform
der 1970er Jahre
Gratis-Lehrmittel



Politischer Wille II:
Der steirische
Lehrer Gernot
Vljaj zeigt, OER-
Schulbücher sind
keine Kostenfrage



*Die USA,
Deutschland und
Polen fördern
öffentlich lizen-
zierte Schul- und
Lernunterlagen.
In Österreich fehlt
bisher ein
Bekenntnis zu
Open Education*

LEONHARD
DOBUSCH



men der Schulbuchaktion; bisher erlaubt diese nur Printbücher und thematisiert Fragen der Lizenzierung nicht. So werden jährlich rund 100 Millionen Euro für Schulbücher ausgegeben, ohne dass dadurch ein kontinuierlich wachsender Pool an offen lizenzierten und damit frei nutzbaren Lernmaterialien entsteht. Würden hingegen jährlich nur zwei bis drei Prozent der Gelder für OER-Lernmaterialien reserviert, könnte ohne Mehrkosten ein kontinuierlich wachsender Bestand an offenen Unterlagen aufgebaut werden.

Open Education an Universitäten

OER sind aber nicht nur eine Chance für den Schulbereich. Auch an Universitäten wächst der Wunsch nach möglichst ungehindertem Austausch und freier Nutzbarkeit von Kursmaterialien und Lehrbüchern. In Großbritannien verordnen sich inzwischen eine Reihe von Universitäten selbst Richtlinien für offeneren Zugang zu Lernunterlagen. In der kürzlich von der Universität Edinburgh veröffentlichten Open Education Policy werden demnach die Mitarbeiterinnen dazu ermuntert, Lernunterlagen aller Art – von Lehrbüchern über Arbeitsblätter und Folien bis hin zu Lernvideos – in offenen Formaten und unter offenen Urheberrechtslizenzen im Netz zu teilen. Konkret empfiehlt die Richtlinie die Nutzung einer sehr liberalen Creative-Commons-Lizenz, die der Allgemeinheit umfassende Nutzungsmöglichkeiten einräumt, solange auf den Namen des Autors der Unterlagen verwiesen wird.

Als Begründung für diese Empfehlung verweist die Richtlinie darauf, dass die Nutzung, Erstellung und Verbreitung offener Lernunterlagen im Einklang mit der Reputation, den Werten und der Mission der Universität stehen, nämlich „substanzielle, nachhaltige und sozial verantwortungsvolle Beiträge“ zum Allgemeinwohl zu leisten. Ähnliche OER-Policies haben auch die Universitäten in Leeds, Glasgow und Greenwich verabschiedet. Vergleichbare Bekenntnisse österreichischer Universitäten gibt es jedoch bislang keine und auch die politischen Handlungsspielräume sind begrenzt. Im Universitätsbereich fehlt es nicht nur an einem simplen Hebel wie der Schulbuchaktion, auch die doppelte Autonomie von Hochschulen und Universitätslehrenden macht es schwerer, OER voranzubringen. Dennoch gibt es auch hier Handlungsoptionen wie die Koppelung von Fördergeldern für bessere Lehre an die Verwendung offener Lizenzen. Im Bereich der Forschungsförderung sind Open-Access-Klauseln, also die Pflicht Forschungsergebnisse, frei online zugänglich zu machen, längst üblich.

Letztlich geht es aber an Universitäten wie schon im Schulbereich darum, den Anteil an offen lizenziertem Lernmaterial im Netz zu steigern. Je mehr Material offen verfügbar ist, desto einfacher und risikoloser ist es dann auch für Lehrkräfte, darauf aufbauend eigene Materialien zu erstellen und diese wieder mit Kollegen zu teilen. Und zwar nicht nur an ihrer jeweiligen Universität oder Schule, sondern im Internet. Auf diese Weise könnte die im Bildungsbereich ohnehin gelebte Kultur des Teilens digitalisiert und globalisiert werden. In dieser Verbreiterung des Zugangs und der Nutzbarkeit von Lernmitteln steckt das eigentlich größte Potenzial digitaler Technologien für bessere und offenere Bildung. Ob offene Lernmittel dann digital in der Tablet-Klasse oder ausgedruckt bei einer Exkursion im Wald am besten eingesetzt werden sollen, kann getrost den Vorlieben von Lehrkräften und Schülern überlassen bleiben.

Weiterbildung in Zeiten der digitalen Revolution

Die Digitalisierung bringt neue Anforderungen an alle mit sich – besonders im **Berufsleben** werden wir das zu spüren bekommen

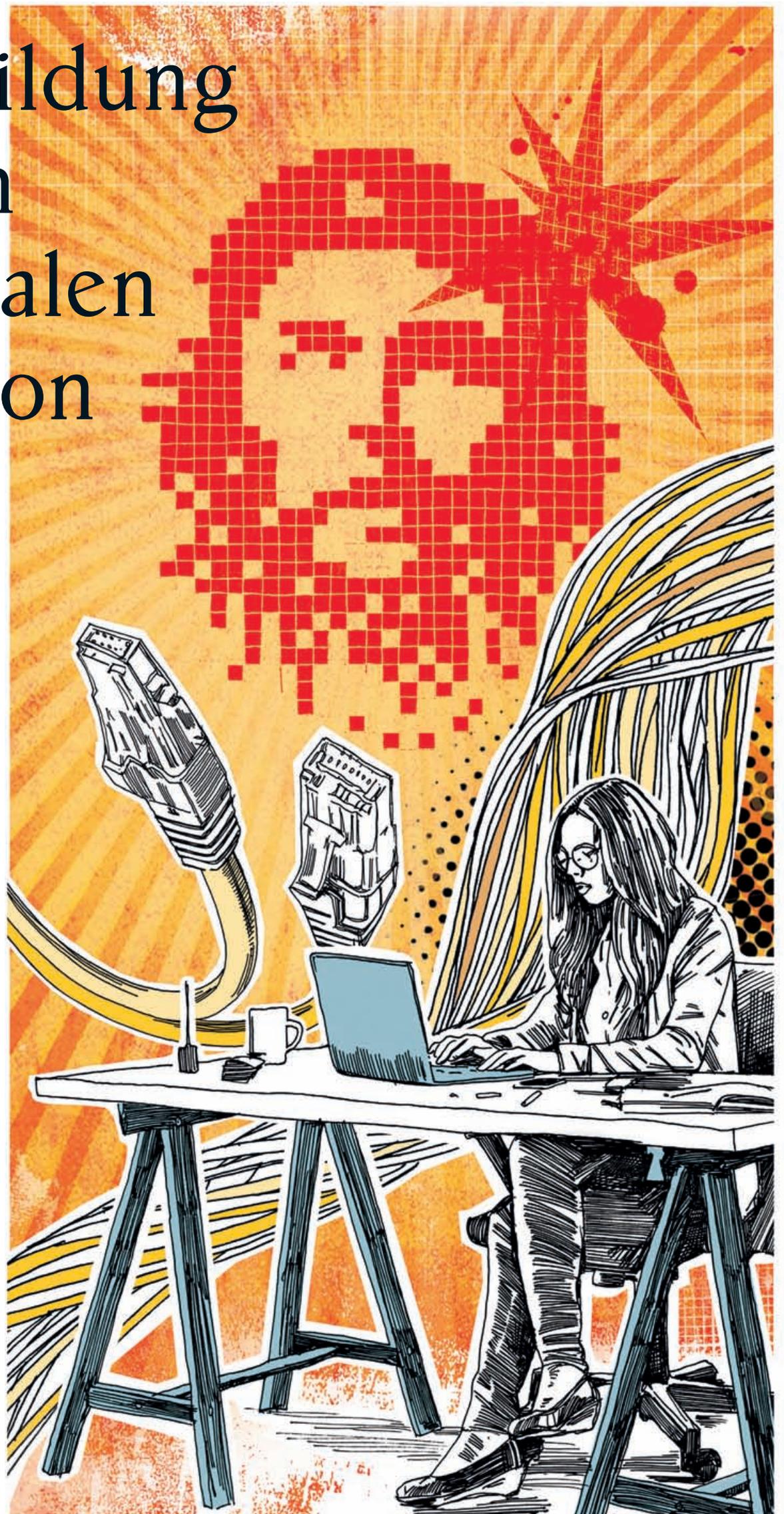
TEXT: GERNOT MITTER,
ILSE LEIDL-KRAPFENBAUER

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

Wie die Arbeitswelt von morgen tatsächlich aussehen wird, kann niemand mit einem gewissen Maß an Seriosität sagen. Einschätzungen, wie sich die „Digitalisierung der Wirtschaft“ auf die Tätigkeiten und Berufe auswirken wird, gehen weit auseinander. Deshalb muss man Prognosen darüber, welche Kompetenzen in Zukunft unbedingt benötigt werden, mit Vorsicht genießen. Fix dürfte allerdings sein, dass der vermehrte Einsatz von digitalen Technologien in fast allen Bereichen das Arbeiten verändern wird.

Unbestritten ist, dass der Wandel von Arbeitsstrukturen künftig schneller erfolgt und dass das Niveau des beruflichen Wissens und Könnens noch mehr als derzeit über die Art der Arbeit und die Höhe des Einkommens entscheiden wird.

Auch wenn die Digitalisierung der Wirtschaft ein Prozess über die nächsten zehn bis 15 Jahre sein wird – dass es erhebliche Investitionen in Aus- und Weiterbildung der Bevölkerung im Erwerbsalter braucht, ist wenig umstritten. Nach Untersuchungen der OECD sind in Österreich rund zwölf Prozent aller Arbeitsplätze vom Verschwinden durch Automatisierung bedroht. Mehr als die Hälfte aller Menschen im Erwerbsalter haben nur geringe Kompetenzen für das Arbeiten in der digitalen Wirtschaft.¹ Und wieder werden jene Erwerbstätigengruppen vom wirtschaftlichen Strukturwandel am stärksten betroffen sein, die jetzt schon unter der nach wie vor nicht überwundenen Wirtschafts- und Finanzkrise und der flau-



Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von Seite 47

en Wirtschaftsentwicklung am meisten leiden: gering qualifizierte Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen.

Welche Kompetenzen werden wir brauchen?

Julia Bock-Schappelwein², Referentin am Wifo, skizziert, welchen „Rucksack“ es für eine erfolgreiche Teilhabe an der Arbeitswelt 4.0 zu packen gilt. „Von Personen mit hoher formaler Ausbildung wird die Kombination aus sozialen, emotionalen, kognitiven und berufsspezifischen Skills, kombiniert mit IT-Kompetenzen, erwartet und gefordert werden. Bei Personen mit eher niedriger formaler Ausbildung gewinnen soziale und emotionale Skills für eine Beschäftigungsaufnahme an Bedeutung. In deren Rucksack sollten sich künftig neben einer guten formalen Qualifikation vor allem sprachliche Kompetenzen, Empathie, Problemlösungskompetenz sowie die Fähigkeit, Informationen nach ihrer Relevanz zu filtern, befinden.“ Und Menschen mit unterschiedlichen Berufen und Tätigkeitsbereichen werden in Zukunft enger als bisher zusammenarbeiten müssen – hohe Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten werden daher immer wichtiger.

Wie die Arbeitsmarktforscherin Trude Hausegger im Zuge einer Tagung zur inklusiven Arbeitswelt klarstellte, werde es wichtiger, sich auf einem dynamischen Arbeitsmarkt zwischen unterschiedlichen Erwerbsformen, unterschiedlichen Anforderungen, Belastungen und sozialrechtlichen Grundlagen verhalten zu können. Projektbezogene Arbeit, klassische unselbstständige oder selbstständige Arbeit, über Internet-Plattformen vermittelte Tätigkeiten in der „crowd“, in all dem werden sich Erwerbstätige in Zukunft bewegen müssen. Das benötigt eine gute Übersicht über die Arbeitsangebote und viel Planung und Organisation. Dafür müssen Erwerbstätige über gute Online-Kompetenzen verfügen, aber auch Beratungssettings von Mensch zu Mensch vorfinden.

Digitalisierung als Chance?

Digitalisierung kann eine Chance sein, dass mehr Menschen – auch solche, die im traditionellen Bildungsverständnis nicht „bildungsaffin“ sind – an Bildungsmaßnahmen teilnehmen können. Über Onlinekurse (beispielsweise bietet die Plattform IMooX³ aus der Steiermark Onlinekurse für alle an), besser anpassbare Module und einem stärkeren Methodenmix kann vermehrt (auch ortsunabhängig) Wissen vermittelt werden. Doch auch hier gibt es Grenzen. Selbst wenn laut Festo-Trendbarometer 62 Prozent der befragten Beschäftigten aus dem technischen Bereich österreichischer Industrieunternehmen sich vorstellen könnten, auch einmal eine Weiterbildung in der Freizeit zu absolvieren, gilt das bei weitem nicht für alle! Denn Menschen brauchen nach wie vor entsprechende Ressourcen, um sich weiterzubilden, also vor allem Zeit, einen Raum und die technische Infrastruktur. Gerade Frauen, die oft die Hauptlast der Familienarbeit tragen und auch erwerbstätig sind, würden bei beruflichen Weiterbildungen in der Freizeit durch die Finger schauen. Oder bei einem älteren Hilfsarbeiter mag es auch an der fehlenden technischen Ausstattung zu Hause scheitern.

Die digitale Revolution durch Bildung bewältigen – ist genug für alle da?



- 1 OECD, The Risk of Automation for Jobs in OECD Countries: A Comparative Analysis, Paris, Mai 2016; OECD und ZEW, Digitalisierung, Arbeit, Ungleichheit, Paris Mai 2016
- 2 <http://blog.arbeit-wirtschaft.at/qualifikationen-fuer-die-digitale-arbeitswelt/>
- 3 <http://imoox.at/wbtmaster/startseite/>
- 4 <http://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/5552>
- 5 http://www.equi.at/dateien/evaluierung_der_bildungskare.pdf

Zu den Autoren

Gernot Mitter
Arbeitsmarktpolitik-
experte der Abteilung
Arbeitsmarkt und
Integration in der
Arbeiterkammer Wien

**Ilse Leidl-
Krapfenbauer**
Arbeitsmarktpolitik-
expertin der Abteilung
Arbeitsmarkt und
Integration der
AK Wien

Unternehmen führen heute schon schrittweise digitale Technologien ein. Grundsätzlich bilden sie ihre MitarbeiterInnen dafür über betriebliche Aus- und Weiterbildung fort. Doch auch hier – das zeigen Daten des Europäischen Zentrums für die Förderung der Berufsbildung (CEDEFOP)⁴ – gilt: Insbesondere bereits besser qualifizierte Beschäftigte kommen in den Genuss von betrieblicher Fortbildung, geringqualifizierte Beschäftigte – also die Hilfsarbeiterin im Industriebetrieb oder der angelernte Regalbetreuer – aber deutlich weniger. Alleine aus betriebswirtschaftlichem Interesse werden die Unternehmen künftig verstärkt in die Qualifikationen ihrer Beschäftigten investieren müssen. Politisch ist vor allem darauf zu achten, dass alle Belegschaftsgruppen davon profitieren können.

Noch prekärer ist die Situation aber für Personen im Erwerbsalter, die relativ schlecht ausgebildet sind, instabile Beschäftigungs- und Einkommenskarrieren haben oder einfach zu alt sind. Bis auf die Bildungskarenz und die Bildungsteilzeit kennt die österreichische Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik keine Angebote für Personen, in deren Bildung Unternehmen typischerweise nicht investieren. Evaluierungen (wie jene der Bildungskarenz vom IHS⁵) zeigen, dass diese Bildungsmöglichkeiten von Personen mit geringer Qualifikation deutlich weniger in Anspruch genommen werden. Diese Lücke muss geschlossen werden, rasch und umfassend. Ein Rechtsanspruch auf Weiterbildung – auch gegenüber dem aktuellen Arbeitgeber –, Existenzsicherung auf einem Niveau, das auch Personen mit geringen Ersparnissen längere Weiterbildungsphasen ermöglicht, sind notwendige Eckpfeiler einer solchen Weiterentwicklung. Ziel muss jedenfalls ein möglichst offener und unbürokratischer Zugang zu einem solchen neuen und umfassenden öffentlichen

Angebot für arbeitsmarktbezogene Aus- und Weiterbildung sein.

Die Erwerbskarriere gestalten

So wichtig diese rechtlichen und finanziellen Voraussetzungen sind, damit Bildung im digitalen Wandel für alle zugänglich ist, ohne Unterstützung, Beratung und Motivation gerade für Menschen mit wenig Lernerfahrung wird auch das beste Angebot nicht zum Ziel führen. Das hohe Tempo des Wandels in der Arbeitswelt und die Unsicherheit über die notwendigen beruflichen Kenntnisse und Fähigkeiten zwingen die Menschen zu eigenverantwortlicher Gestaltung ihres Berufslebens. Das droht viele Menschen zu überfordern. Deswegen muss eine leistungsfähige Bildungs- und Berufsberatungsstruktur aufgebaut werden, damit sich die Menschen informieren und in ihrer Bildungs- und Erwerbslaufbahn gut unterstützt werden können.

Sichtbarmachen von Erfahrungswissen

Weiterbildung findet nicht nur in Seminaren oder Schulungen statt, sondern während der Erwerbsarbeit, in ehrenamtlichen Tätigkeiten und bei privaten Tätigkeiten. Dieses Wissen wird aber selten zertifiziert und damit für die Erwerbstätigkeit nutzbar gemacht. Fakt ist aber, dass etwa Pflegehelferinnen und -helfer bereits über viele Kenntnisse verfügen, die bei einer Weiterbildung zur diplomierten Pflegekraft anerkannt werden könnten.

Eine solche Standortbestimmung – also die Feststellung, über welche Kompetenzen die Menschen verfügen – muss am Beginn einer Bildungsplanung stehen. Damit können unnötige Wiederholungen vermieden werden, und es kann ohne Umwege auf das eigentliche Bildungsziel hingearbeitet werden; all das muss möglichst rasch Realität werden in Österreich. In den Niederlanden nutzen das bereits rund 50.000 Erwerbstätigen im Jahr, um einen zertifizierten Berufsabschluss sehr rasch und kostengünstig zu erwerben. Berufliches und privates Erfahrungswissen zu bewerten wird künftig noch wichtiger werden. Einerseits für die Unternehmen, um ihre Fachkräfte gut einsetzen und weiterqualifizieren zu können. Andererseits auch für die Erwerbstätigen, wenn es beispielsweise um berufliche Neuorientierungen geht. So könnten etwa zertifizierte Erfahrungen beim Organisieren von Vereinsaktivitäten eine Ausbildung im Projektmanagement erheblich verkürzen.

Die beruflich verwertbaren Fertigkeiten und Kenntnisse – auf welchem Weg sie auch immer erworben wurden – werden darüber entscheiden, ob Menschen, die mit der Digitalisierung verbundenen Chancen nutzen und die Risiken für sie gut bewältigen können. Auch während des Berufslebens Kompetenzen entwickeln, Qualifikationen erwerben zu können, muss daher einfacher, schneller und mit geringem Aufwand möglich sein. Das muss von der öffentlichen Hand besser als bisher unterstützt werden. Es geht dabei vor allem um gute Beratungsangebote, um das Bewerten und Nutzen von Erfahrungswissen für die berufliche Weiterentwicklung und um eine angemessene finanzielle Unterstützung für längere Bildungsphasen. Je rascher das von der Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik zur Verfügung gestellt wird, desto besser werden die Erwerbstätigen und mit ihnen die Unternehmen die Herausforderungen des digitalen Wandels bewältigen können.



Share-Economy: Digitales Teilen. Oder nicht?

Teilen und Vermitteln liegt im Trend. Enorme Summen wurden in die neuen profitorientierten Plattformen der sogenannten „Share Economy“ gesteckt. Dabei entstanden oft weit überzogene Marktbewertungen

Die beiden Studentinnen Jessica und Marcela trafen sich in Harvard und teilten sich eine Wohnung. Schon bald bemerkten sie, dass es nicht einfach ist, gemeinsam einen Haushalt zu führen. So meinte Marcela, Jessy sei oft „messy“. Um die Haushaltsaufgaben abzugeben, heuerten sie einen Besorger an, der Wohnung und Wäsche reinigte und die Einkäufe erledig-

TEXT:
MICHAEL HEILING
UND SIMON
SCHUMICH

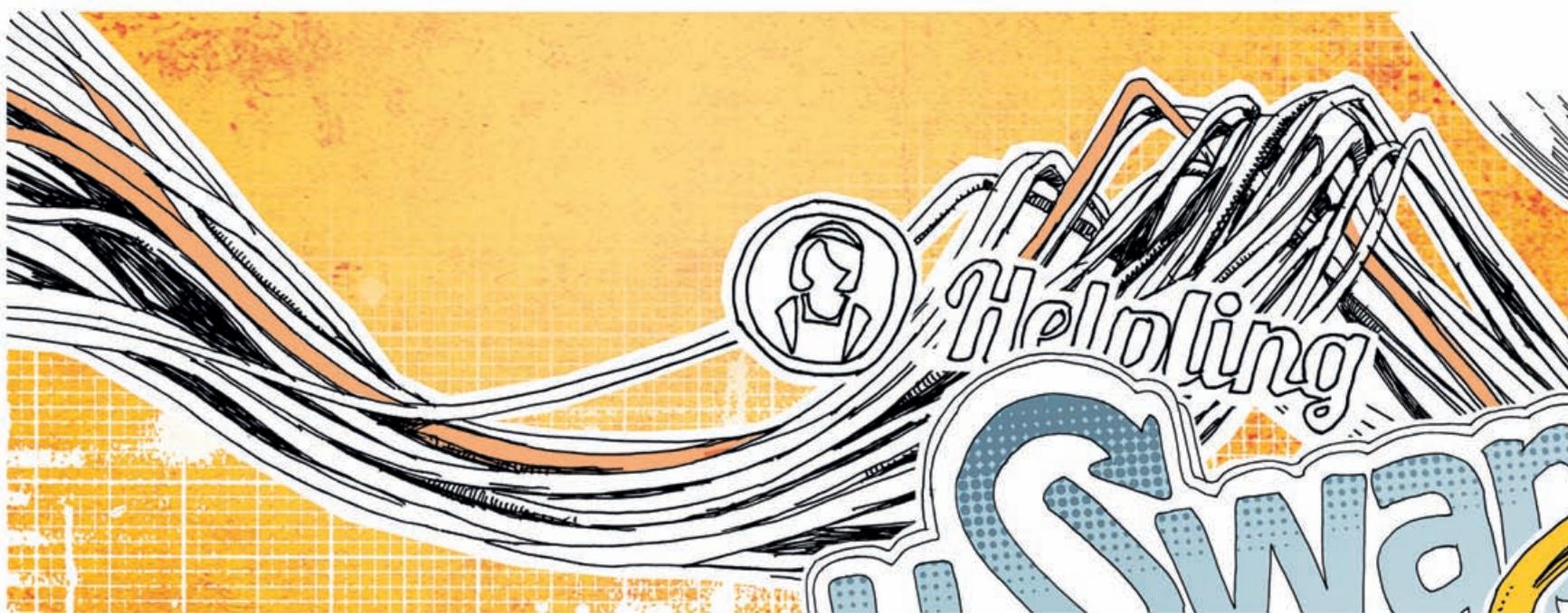
ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN

te. Da auch Nachbarn diese Idee gut fanden, gründeten sie das Unternehmen „Alfred“, benannt nach dem Butler von Bruce Wayne/Batman. Alfred bot Hausbesorgungen in Boston an.

So beginnt eine jener Storys, die Startup-Gründer weltweit zum Träumen bringen. Für die beiden Gründerinnen des Unternehmens „Alfred“ ging die Geschichte

gut weiter. Nachdem die beiden Postkarten in der Stadt verteilt und sich effiziente Routen überlegt hatten, konnte es losgehen. Um bekannter zu werden, bewarben sie sich bei der „San Francisco's Disrupt Challenge“. Eine „Disruptive Innovation“, die Vorhandenes zerstört und etwas völlig Neues

Fortsetzung nächste Seite



Fortsetzung von Seite 49

schaft, sollte die Idee zu Alfred also sein. Die beiden Gründerinnen gewannen 2014 die „Disrupt-Challenge“ und erhielten zum Durchstarten zwei Millionen US-Dollar an Venture Capital.

„The world reaches out to you when you win“, berichtet Jessica den Medien. Mit dem Geld verlegten die beiden Start-up-Gründerinnen ihren Sitz nach New York, da dort die „Skalierungseffekte“ höher seien. Doch damit nicht genug: „Alfred“ wurde immer erfolgreicher, kaufte ein anderes Start-up, das seine digitale Präsenz optimieren sollte, und bekam von Venture-Capital-Investoren weitere 10,5 Millionen US-Dollar. Wohl gemerkt, ohne greifbares Vermögen zu besitzen. Wie es den „Alfreds“ bei der Arbeit ging und ob diese es sich etwa leisten konnten, krank zu werden, war zunächst kein Thema.

Die Computermesse CeBIT machte im Jahr 2013 „Share Economy“ zu ihrem Schwerpunkt und thematisierte die Zunahme der Bedeutung von „Sharing“ über organisierte Internetplattformen. Bis heute entwickelten sich unter anderem Wohn-sharing-, Booksharing-, Co-Working-, Kleider-, Garten-Sharing-Plattformen oder Online-Tauschbörsen sowie Plattformen für Finanzdienstleistungen.

Das Prinzip der Share-Economy ist an sich nichts Neues, weil Unternehmen und Privatpersonen oder Privatpersonen untereinander vermutlich schon immer Güter und Dienstleistungen geteilt, getauscht und verkauft haben. Die Innovation betrifft allerdings die Zuhilfenahme der digitalen Technik und Infrastruktur. Insbesondere Computer, Smartphones und das Internet, das die Organisation von Share-Economy-Praktiken im erheblichen Maße ermöglicht hat. Der ökonomische Effekt, dass durch die Digitalisierung die Transaktionskosten erheblich gesenkt wurden, macht auch das kleinteilige und kurzfristige Teilen, Leihen und Verkaufen von Gütern und Dienstleistungen rentabel.

Und das Internet ermöglicht die Koordination von beliebig viel Angebot oder Nachfrage. Je mehr Menschen (aktiv) beteiligt sind, desto attraktiver werden die Angebote, dann spricht man von „positiven Netzwerkeffekten“. Ob dann tatsächlich geteilt wird, gerät zur Nebensache. Aber unabhängig davon: Diese Unternehmen bieten Netzwerke an. Sie bringen Menschen, die et-

was vorübergehend abzugeben, zu vermieten oder zu verkaufen (wie etwa im Falle von „Alfred“ die eigene Arbeitskraft) haben, mit Nachfragenden zusammen. Ob man sie nun in der „Share-Economy“, der „Pseudo-Share-Economy“ in der „Peer-to-Peer-Economy“, in der „On-Demand-Economy“ oder in der „Plattformbranche“ verortet: Sie sind da. Die Mietwagen-App „Uber“, Plattformen für haushaltsnahe Dienstleistungen oder die Privatzimmervermittlung „Airbnb“ sind Realität. Sie bringen neue Entwicklungen hervor und setzen Unternehmen und ganze Branchen unter Druck.

Auch Airbnb hat klein angefangen und ist nun über 20 Milliarden US-Dollar wert. Die weltweit führende Web-Plattform im Online-Vermietungsmarkt wurde 2008 in San Francisco gegründet und weist bis dato eine erstaunliche Wachstumsgeschichte auf. Die ursprüngliche Idee von Brian Chesky und Joe Gebbia war es, im Rahmen der Design-Konferenz im Jahr 2007 eine kurzfristige Unterkunft anzubieten, weil der Unterkunftsmarkt gesättigt war. Damals konnten die beiden Zimmer-Buddies sich die Miete in ihrer Wohnung nicht leisten und offerierten drei Personen eine Luftmatratze und ein Frühstück in ihrem Wohnzimmer. In der Anfangsphase fokussierten sich die Unternehmensgründer auf Events, bei denen alternative Übernachtungen knapp waren. Die Website „airbedandbreakfast.com“ wurde offiziell im August 2008 lanciert.

Zunächst versuchten die Gründer, das Kapital durch den Verkauf von Müsli-Boxen aufzubringen, dann kam das Gründerzentrum „Y Combinator“ hinzu. Bis

Zu den Autoren

Michael Heiling
Betriebswirtschaftlicher Referent und Berater in der AK Wien. Schwerpunkte: Industrie, Verkehr, Versicherungen, betriebliche Mitbestimmung, digitaler Wandel

Simon Schumich
Betriebswirtschaftlicher Referent und Berater in der AK Wien. Schwerpunkte: Energie/Mineralöl, Wirtschaftsdienstleistungen, Share-Economy

Juli 2011 konnte Airbnb bereits in Summe rund 120 Millionen US-Dollar von Investoren einsammeln. Später folgten Medienberichten zufolge Investments in Höhe von fast zwei Milliarden US-Dollar. So hat die Vermietungsplattform mithilfe der Investorengelder einige Unternehmen aufgekauft, um seine Marktanteile zu erhöhen. Während im Sommer 2010 rund 47.000 Menschen mit Airbnb übernachtet haben, kletterte die Gästezahl im Sommer 2015 laut eigenen Angaben weltweit auf fast 17 Millionen Gäste. Neben der Vermittlung von Privatpersonen bietet die Plattform nun auch Angebote für Geschäftsreisende und Unternehmen an. Der geschätzte Unternehmenswert von Airbnb betrug im Februar 2015 bereits 20 Milliarden US-Dollar. Zum Vergleich: Hilton hatte zu diesem Zeitraum einen Marktwert von 27,8 Milliarden Dollar, bei Marriott waren es etwa 23 Milliarden Dollar. (Siehe Factbox 1).

Wie kommt man auf diesen hohen Unternehmenswert? Airbnb hat selbst kein einziges Hotel, sondern nur Software und eine Plattform, über die Wohnraum vermittelt wird. Genauso kann man sich auch fragen, ob 12,5 Millionen US-Dollar für einen Butlerdienst – der bis April 2015 etwa 18.000 Aufträge durchgeführt hat – gerechtfertigt sind, oder welche „Scaling-Effekte“ die Investoren vom neuen „Big Thing“ erwarten. Bei Airbnb sind es immer noch die zukünftigen Ertragswartungen, die den Unternehmenswert ausmachen. Die Investmentbank Piper Jaffray nimmt immer noch an, dass sich die Übernachtungen und der Umsatz von Airbnb bis 2020 mehr als verdreifachen werden. Dies wird wohl nicht gehen, ohne „alte“ Anbieter zu verdrängen. Nach diesem Prinzip der zukünftigen Ertragswartungen kommen wohl auch die Zahlen von „Alfred“ zustande.

Airbnb ist ein jedoch ein „Unicorn“. Es handelt sich hier um kein Fabelwesen, sondern um ein Unternehmen, das es nach relativ kurzer Zeit schafft, einen Unternehmenswert von mehr als einer Milliarde Dollar zu haben. Aber nicht an der Börse, denn da sind die jungen Unternehmen noch nicht gelistet, sondern nach Einschätzung der Investoren, die den Start-ups Großes zutrauen: Vielleicht wird aus ihnen ein zweites Google, LinkedIn oder Facebook. Je früher man einsteigt, umso größer ist der Gewinn,

Factbox 1

Der Marktwert der Vermittlungsplattform Airbnb im Vergleich zur „Old Economy“

Unternehmen/Marke	Marktkapitalisierung/Unternehmensbewertung
Hilton	27,8 Mrd. USD
Marriot	22,9 Mrd. USD
Airbnb	20,0 Mrd. USD
Starwood	13,8 Mrd. USD
Accor	10,8 Mrd. USD
InterContinental Hotel Group	10,5 Mrd. USD
Hyatt	8,9 Mrd. USD

Quelle: Vgl. Clamptet (2015), URL: <http://skift.com/2015/02/28/airbnbs-new-1-billion-funding-would-value-it-at-20-billion/>, Yahoo Finance Unternehmen/Marke



den man als Investor später einfährt. Die vielbeschworene „Ökonomie des Teilens“ macht auch vor den heimischen Märkten nicht halt. Wenngleich ein Blick ins Firmenbuch noch nicht diesen Eindruck erzeugt. Anfang 2012 wurde die Airbnb Austria GmbH eingetragen, sie hatte zuletzt nur zwei Beschäftigte und wurde Ende 2013 wieder aufgelöst. Die Taxi-Plattform Uber hatte in Österreich eine Niederlassung mit drei Angestellten (Stand 2014). Ihren Jahresgewinn musste die Gesellschaft nicht veröffentlichen, weil sie dafür zu klein ist.

Dass diese Unternehmen andererseits in Österreich ihre Dienstleistungen anbieten und groß genug sind, um die Wiener Stadtpolitik zu beschäftigen, ist nur auf den ersten Blick paradox. Auf den zweiten Blick wird klar: Diese Unternehmen brauchen wenig „greifbares“ Anlagevermögen und wenig Beschäftigte, werden doch die Dienstleistungen von formell Selbstständigen erbracht. Auch die vielen einzelnen Verträge kommen nicht mit, sondern über die Plattform zustande. Wer für Uber fährt, ist nicht bei Uber angestellt. Wer ein Airbnb-Zimmer mietet, mietet es nicht von Airbnb, sondern von einer Privatperson. Wer über eine Reinigungsplattform gebucht wird, geht primär einen privatrechtlichen Vertrag mit seinem Auftraggeber (dem Konsumenten) ein. Die Plattform erhält eine Provision oder eine Nutzungsgebühr. So zumindest die Sichtweise der meisten Unternehmen der „Share-Economy“.

Dass das Vermitteln von „formell Selbstständigen“ – die sich dann über ihre soziale Absicherung und ihr Auskommen am Monatsende freilich selbst den Kopf zu zerbrechen haben – ordentliche Renditen verspricht, haben auch die oberen Zehntausend dieses Landes bereits erkannt. So liest sich die Eigentümerliste der CheckRobin GmbH wie das Who's who der Trend-Top-500. „CheckRobin“ bringt private „Mitgeber“ und „Mitnehmer“ von Paketen und Sendungen aller Art über eine Onlineplattform zusammen, behält vom „Mitnehmer“ eine Gebühr ein und tritt mit Zustelldiensten in Konkurrenz. Neben Dietrich Mateschitz, Attila Dogudan und Niki Lauda hat auch Immobilien-Tycoon René Benko in das Unternehmen investiert.

Nicht immer sind solche Unternehmen erfolgreich. So hat sich der Reinigungsdienstvermittler „Helpling“ Anfang 2016 aus dem

ILLUSTRATION:
P. M. HOFFMANN



Die Big-Player der Share-Economy tendieren zu hoher Marktdominanz oder zu monopolähnlicher Marktmacht. Sogar dort, wo im besten Sinn gemeinwohlorientiert geteilt wird

österreichischen Markt zurückgezogen und will sich fortan auf „Kernmärkte fokussieren“. Auch hier ging es darum, mithilfe einer Onlineplattform Dienstleistende und Dienstsuchende zu vermitteln. Die angebotene Ware war nichts anderes als die Arbeitskraft der selbstständigen Reinigungskräfte. Hinter „Helpling“ steht übrigens die Rocket Internet SE mit Sitz in Berlin. Sie hält Beteiligungen an einer Reihe von Share-Economy- und Plattform-Unternehmen: Neben Helpling (für das Rocket laut Spiegel mehr als 40 Millionen US-Dollar lockerließ) sind auch die Kreditvermittlung „Lendico“ und der Airbnb-Konkurrent „Wimdu“ Teil des Portfolios. Der Erfolg von Rocket Internet ist derzeit wechselnd: Der Aktienkurs ist im Vergleich zum Juni 2015 um knapp die Hälfte gesunken. 2014 betrug der Konzerngewinn 428 Millionen Euro, 2015 drehte das Ergebnis auf einen Verlust von 197 Millionen Euro. Der Wert der im Portfolio gehaltenen Unternehmen belief sich laut Rocket-Jahresbericht 2014 auf 3,1 Milliarden Euro (siehe Factbox 2).

Das Gerangel um die besten Plätze in der Sharing- und Plattformbranche hat einen logischen Grund. Wer neu an einem Markt teilnehmen will, an dem sich Anbieter und Nachfragende treffen, wird sich möglichst jenen Markt mit der größten Anzahl an potenziellen Partnern aussuchen. Plattformbetreiber und die Big Player der „Share-Economy“ haben daher die Eigenschaft, oftmals in Richtung hoher Marktdominanz und gar zu monopolähnlicher Marktmacht zu tendieren. Sogar dort, wo im besten Sinne gemeinwohlorientiert geteilt wird.

Die Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ ist ein Beispiel für „echtes“ Sharing. Menschen teilen ihr Wissen mit der Welt und können dafür auf das Wissen Millionen anderer Menschen zugreifen. Hier wird noch wirklich geteilt. Und doch bietet Wikipedia so gut wie keinen Platz für alternative Betreiber von Wissenssammlungen. Warum die zweitgrößte Wissenssammlung der Welt nutzen, wenn man die größte nutzen kann? Die Branche erinnert an Wahlsysteme aus den USA und UK: „First past the post“ und „The winner takes it all“. Ob dies für Konsumentinnen und Konsumenten langfristig von Vorteil ist, sei dahingestellt.

Investoren versprechen sich fantastische Renditeerwartungen, weit höher als in konventionellen Unternehmen. Doch woher kommt diese Erwartung? Werden Güter getauscht, vermietet oder verkauft, so entsteht der Mehrwert wohl aus dem unterschiedlichen individuellen Gebrauchswert einzelner Güter. Gelangt jedoch eine Dienstleistung und somit geleistete Arbeit zur Vermittlung, so liegt der Schluss nahe, dass der Mehrwert auch in dem Preisunterschied besteht, der für eine formell selbstständige Arbeitskraft oder für eine angestellte Arbeitskraft mit allen gesetzlichen und kollektivvertraglichen Ansprüchen bezahlt werden muss. Mit anderen Worten: Die „Innovation“ baut wohl auch darauf auf, dass in diesen Geschäftsmodellen manche arbeits- und gewerberechtliche Bestimmungen noch nicht gelten oder schwer kontrollierbar sind.

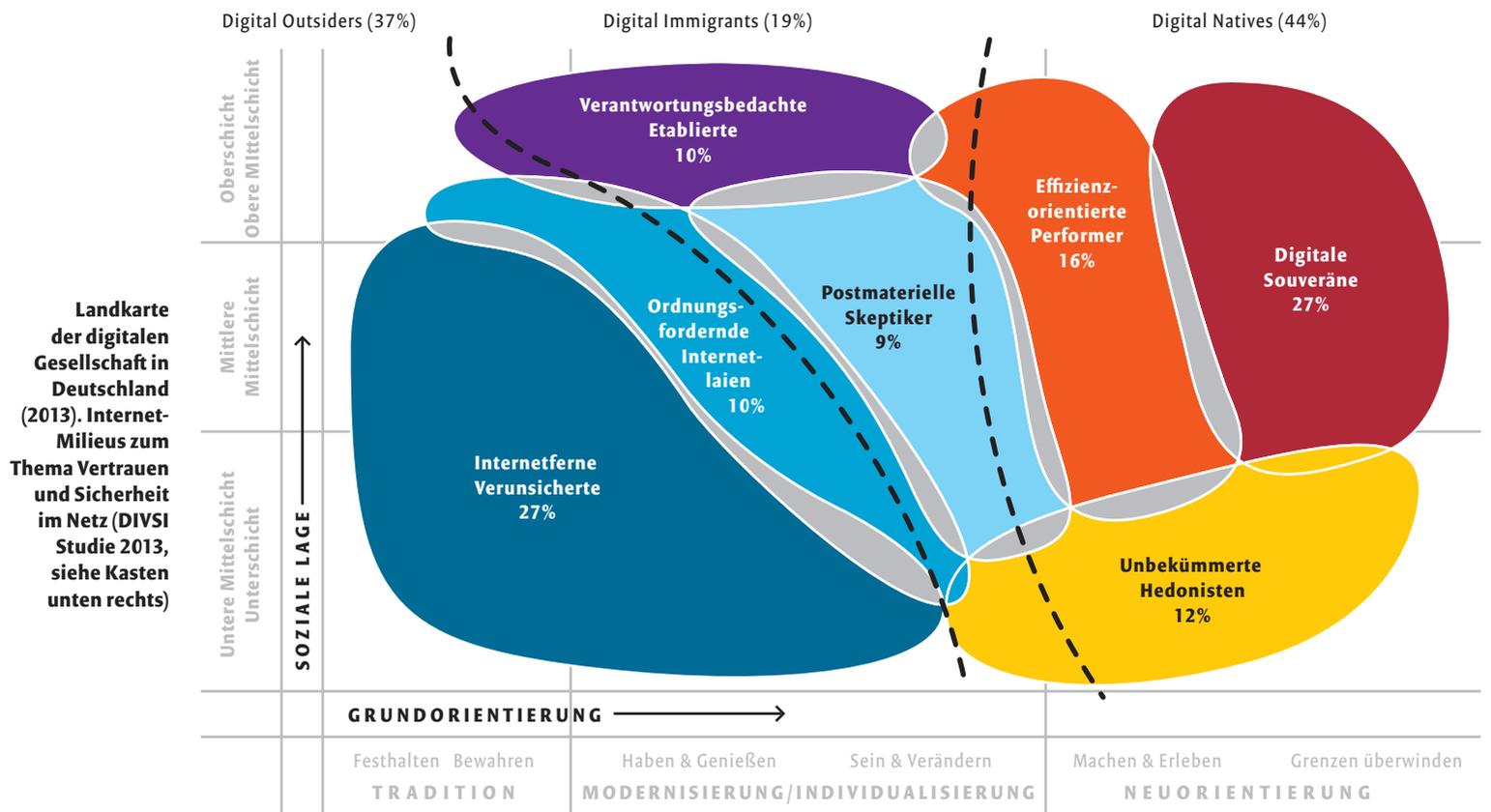
In der Unternehmensbewertung spricht man auch vom „Hockeyschlägereffekt“. In der nahen Zukunft entwickeln sich die Renditeerwartungen konstant und irgendwann in der fernerer Zukunft schnellen sie nach oben. Der Graph, der dabei entsteht, gleicht einem Hockeyschläger. Hier bleibt zu bedenken: Die Form des Hockeyschlägers ist jener des Bumerangs sehr ähnlich. Damit der Hockeyschläger nicht in Form eines Bumerangs auf Investoren, Arbeitsleistende und Konsumentinnen zurückschnellt, wird es notwendig sein, ihn an den richtigen Stellen zu begradigen. Schließlich darf man sich die Frage stellen, ob die Investmentbranche unaufgeregter und nachhaltiger reagieren würde, sobald Arbeitnehmerrechte auch für scheinselfständige „Alfreds“ gelten und konventionelle Unternehmen mit Plattformanbietern gleichgestellt sind.

Factbox 2

Im eigenen Geschäftsbericht 2014 wurden die Marktwerte der von Rocket Internet gehaltenen Unternehmen wie folgt angegeben

Marke	Geschäftsmodell	Unternehmenswert
Home 24	Onlineversandhandel mit Möbeln	815 Mio. Euro
Hello Fresh	Individuelle Kochboxen	623 Mio. Euro
Foodpanda	Gastronomie-Zustelldienste	403 Mio. Euro
Wimdu	Privatzimmervermittlung	100 Mio. Euro
Cuponation	Gutscheinvermittlung	39 Mio. Euro
Helpling	Reinigungsdienste	108 Mio. Euro
Lendico	Kreditvermittlung	119 Mio. Euro

Mind the gap!



TEXT: ANDREAS KASTNER
UND LISA SINOWATZ

Das Internet ist heute eine zentrale Infrastruktur unserer Gesellschaft. Der Zugang zur digitalen Welt bildet eine wesentliche Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe. Allerdings ist dieser keinesfalls für alle gleichermaßen gegeben. Gesellschaftliche Verwerfungslinien der analogen Welt spiegeln sich im virtuellen Bereich wider und verstärken sich teilweise noch. Sie verlaufen zwischen jenen, die das digitale Leben nutzen und aktiv daran teilhaben können, und jenen, die das nicht tun. Dabei ist nicht nur vom Internetzugang per se die Rede – zum kompetenten Navigieren im Internet gehört es auch, zu verstehen, wie Informationen dort zustande kommen, wie wir sie verbreiten oder wie Suchmaschinen funktionieren. Nur mit diesem Wissen kann eine persönliche Einschätzung darüber getroffen werden, wie Informationen aus dem Netz bewertet werden müssen. Und hier tut sich bei den Nutzern und Nutzerinnen eine große Kluft auf.

In der allgemeinen Diskussion wird diese nach wie vor meist zwischen älteren „Digital Immigrants“ und jüngeren „Digital

Zu den Autoren

Andreas Kastner
Bildungspolitischer Referent in der AK Wien. Schwerpunkt: Politische Bildung und Digitalisierung

Lisa Sinowatz
Grundlagenreferentin der Abteilung für Lehrlings- und Jugendschutz in der AK Wien

Natives“ verortet. Bei einer genaueren Betrachtung zeigt sich, dass die Spaltung oft vielschichtiger ist und unter anderem von der sozialen Situation, dem Bildungsgrad sowie der subjektiven Einschätzung des Internets abhängt (siehe Box). Daneben gibt es eine Reihe weiterer Faktoren, die über Art und Umfang der individuellen Internetnutzung entscheiden.

Die Zeitverschwendung im Netz als neue Spaltung

Fokussiert man auf die Jugendlichen, zeigt sich ein ähnliches Bild, jedoch mit besonderen Vorzeichen. Zwar besitzen über 95 % aller Jugendlichen inzwischen einen Internetzugang zu Hause oder am Mobiltelefon. Die neue Spaltung zeigt sich in der unterschiedlichen Nutzung der digitalen Möglichkeiten und verläuft zwischen sogenannten Prosumerinnen und Konsumentinnen.

Oder wie die New York Times treffend schreibt: Die Zeitverschwendung im Internet ist die neue digitale Spaltung. Das heißt: Nutze ich die neuen digitalen Möglichkeiten aktiv und erweitere meine Möglichkeiten, mich auszudrücken, oder consu-

miere ich passiv, was andere gestalten?

Es geht also um die Frage, ob die Jugendlichen das Internet für sich aktiv persönlich und beruflich nutzen, selbst Inhalte erstellen und den virtuellen Raum aktiv mitgestalten oder ob sie vor allem vorgefertigte Inhalte anderer konsumieren, candy-crushen und ihr Downloadvolumen durch Kurzfilmchen füllen.

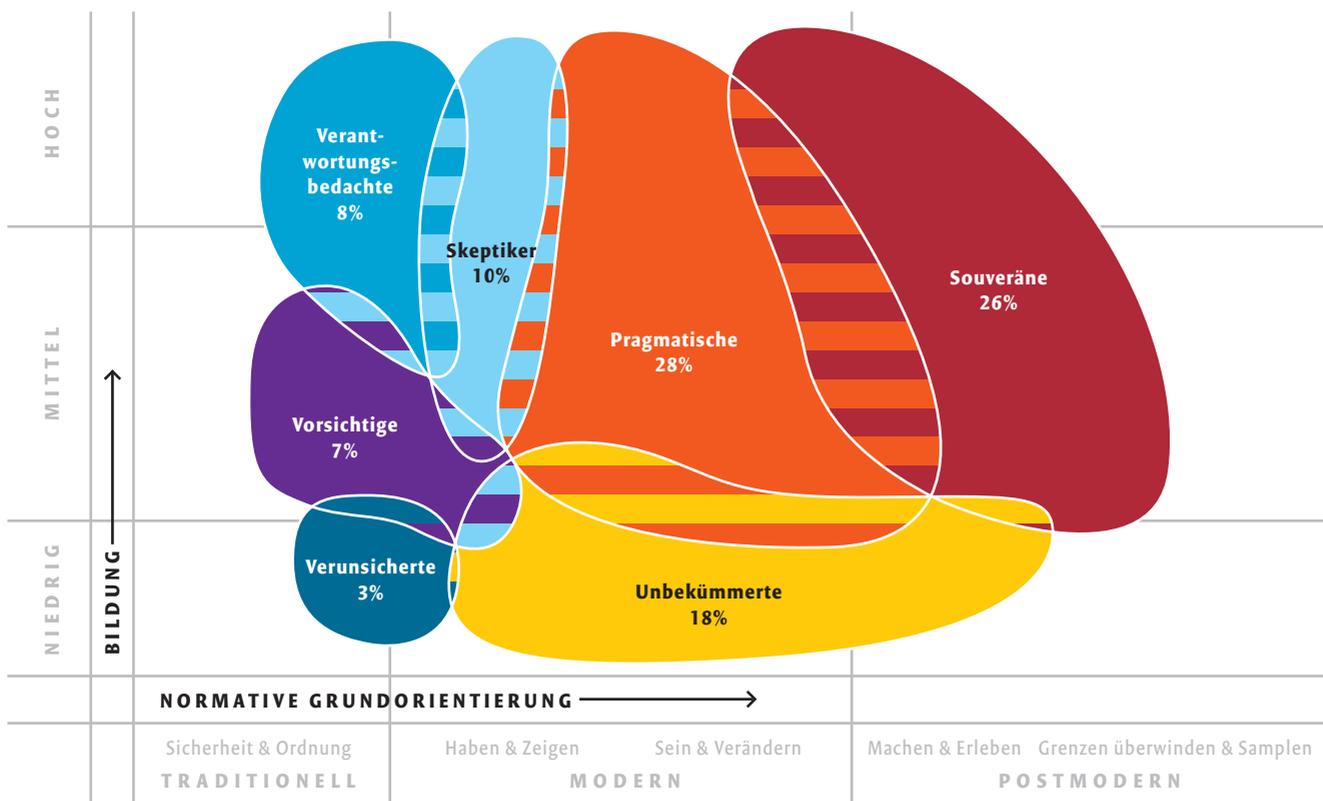
In einer Studie zu Medienbiografien junger Menschen zeigt die Wiener Soziologin Andrea Schaffar auf, dass die eigene Kompetenzzuschreibung die wichtigste Voraussetzung für die Entwicklung digitaler Medienkompetenz ist.

Ganz nach dem Matthäusprinzip scheint zu gelten: Wer sich selbst zutraut, die neuen Medien zu verstehen und zu nutzen, der schafft es tatsächlich leichter, das Internet zielgerichtet einzusetzen. Einhergehend mit hohen digitalen Medienkompetenzen steigt auch die Sensibilität für Datenschutzfragen oder digitale Nutzungsrechte.

Digitale Kompetenzen als grundlegende Kulturtechnik

Ein Spalt geht durch die digitale Welt: Der Digital Divide.

Er beschreibt die unterschiedlichen Chancen, Zugang zur digitalen Welt zu finden. Dabei ist die digitale Spaltung ein Spiegel der gesellschaftlichen Teilhabechancen und der Bildungssegregation im Analogen. Wie wir damit umgehen, wird eine der zentralen sozialen Fragen der Zukunft sein



So sieht Deutschland bei den unter 25-Jährigen aus; die geringe Zahl der Vorsichtigen und Verunsicherten im Vergleich zur Grafik links

Während im deutschen Nachbarland ganze Anwaltsbranchen das Abmahnwesen bereits als Geschäftsfeld entdeckt haben, ist die Situation für junge Kreative in Österreich noch verhältnismäßig ruhig. Wer sich aber nicht sicher fühlt, lässt lieber die Finger vom Uploaden.

Im Gespräch mit Jugendlichen zum Thema digitale Kompetenzen im Rahmen einer Studie der AK Wien zeigte sich auch das unterschiedliche Verständnis von Datenschutz. Während für weniger internetaffine Jugendliche die Diskussion sich meist um Datendiebstahl und peinliche Partybilder dreht, beäugen Internetaffine die kommerzielle Nutzung ihrer persönlichen Daten äußerst kritisch. Diese Gruppen haben klare Kriterien für die Datennutzung von Apps und deren Zugriff auf ihre sozialen Netzwerk-Accounts.

Wer schon früh den Anschluss an die digitale Welt verliert, kann das später umso schwerer wieder aufholen. Es ist absehbar, dass die fortlaufende und sich beschleunigende Weiterentwicklung der digitalen Lebens- und Arbeitszusammenhänge einen gesteigerten Bedarf an lebensbeglei-

tenden Lern- und Qualifikationsprozessen erzeugt. Digitale Kompetenzen sind dabei oft die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Weiterbildung. In der internationalen Vergleichsstudie über die Kompetenzen von Erwachsenen (PIAAC 2012) zeigt sich die große Spaltung in der Erwerbsbevölkerung. Während 83 Prozent der Akademiker und Akademikerinnen über IKT-Problemlösungskompetenzen verfügen, verfügen drei Viertel der Menschen ohne Matura über keine oder nur rudimentäre Kompetenzen.

Um die soziale Kohärenz und die individuellen Teilhabechancen aufrechtzuerhalten, wird es deshalb nötig sein, diese sich abzeichnenden Bruchlinien zu überwinden, damit sie kein Riss durch die Gesellschaft werden. Die US Regierung hat die Gefahren der digitalen Spaltung bereits erkannt und versucht mit einer ambitionierten Bildungsoffensive („NETP – National education technology plan“) dagegen vorzugehen. Es wird Zeit auch in Europa den digitalen Wandel bewusst zu gestalten. Zentrale Voraussetzung ist die Kompetenzen zur Mitgestaltung der digitalen Welt zu fördern.

Outsiders, Immigrants and Natives

Die deutsche DIVSI-Milieu-Studie zeigt die digitale Spaltung in der Gesamtgesellschaft. Anhand der sozialen Lage der Nutzer und Nutzerinnen und der Grundorientierung zur Internetnutzung können die unterschiedlichen Zugänge dargestellt werden. Im Sinne der DIVSI-Studie sind „Digital Natives“ Personen, die das Internet im vollen Umfang und selbstverständlich in ihren Alltag integriert haben.

„Digital Immigrants“ bewegen sich selektiv im Internet und stehen vielen Entwicklungen skeptisch gegenüber. Die „Digital Outsiders“ hingegen sind sehr verunsichert im Umgang mit dem Internet und nutzen es so gut wie gar nicht.

Verkürzung der Arbeitszeit als eine Antwort auf die Digitalisierung

Heinrich Heines Darstellung des Leides der sächsischen Weber war so eindrücklich wie mitleid-erregend: Die Einführung des mechanischen Webstuhls kostete zu Mitte des 19. Jahrhundert Tausenden Arbeit und Einkommen und führte ganze Landstriche ins soziale Elend.

Stehen wir nun im Zeitalter der Digitalisierung neuerlich vor massenhaften Jobverlusten und sozialem Elend? Die berühmte Oxford-Studie von Carl Frey und Michael Osborne behauptet, mittelfristig seien die Hälfte aller Jobs durch Computer ersetzbar. Diese Drohung stärkt die ohnehin weit verbreiteten Zukunftsängste, die von Globalisierung und zunehmender Ungleichheit gespeist werden.

Im Nebelmeer der Unsicherheit hilft es, einen aufmerksamen Blick in die Vergangenheit zu richten und ihre Lehren zu bedenken. Das Elend der Weber verschwindet nicht, wir sehen aber, dass die Einführung der Webstühle gleichzeitig die Preise für industriell hergestellte Textilien und Bekleidung senkte und so für die breite Masse der Bevölkerung leistbar machte. Ähnlich die Erfahrungen des 20. Jahrhunderts, in dem Elektrifizierung und Verbrennungsmotor die Beschäftigung etwa in der Landwirtschaft massiv verringerten, gleichzeitig aber die Preise für Nahrungsmittel drastisch senkten und so wesentlich zum steigenden Wohlstand breiter Bevölkerungsgruppen beitrugen.

Die Schlussfolgerungen sind recht eindeutig: Die enormen Produktivitätseffekte technologischen Fortschritts sind dann für die gesamte Bevölkerung wohlstandssteigernd, wenn sie deren Realeinkommen entsprechend erhöhen. Denn so führen die gestiegenen Konsummöglichkeiten zum Entstehen vieler neuer Jobs, die die unmittelbaren Arbeitsplatzverluste in den betroffenen Branchen mehr als kompensieren.

Doch das geschieht nicht von selbst. Denn nutzen monopolistische Unternehmer den Produktivitätsgewinn nur für die

**Auch in
vergangenen
industriellen
Revolutionen
verringerte
technischer
Fortschritt
Arbeitszeit
und Arbeitsleid**

ESSAY:
MARKUS
MARTERBAUER

Zum Autor

Markus Marterbauer leitet die Abteilung Wirtschaftswissenschaft in der AK Wien, er bloggt auf blog.arbeit-wirtschaft.at und kommentiert regelmäßig im Falter

Ausschüttung höherer Dividenden, dann fehlt die gesamtwirtschaftliche Nachfrage, das Geld verschwindet in Panama oder der Schweiz und nährt nur den Spekulationsrausch der Finanzmärkte.

Das ist der Kern der Frage nach den Jobeffekten der Digitalisierung. Einerseits besteht Anlass zu Pessimismus: Massenarbeitslosigkeit und zunehmende Ungleichheit zeigen, wie stark sich die Machtverhältnisse zugunsten der Eliten verschoben haben, die einen immer größeren Stück des Einkommens- und Vermögenskuchens für sich beanspruchen.

Andererseits liegt es auf der Hand, wie die Erträge der Digitalisierung durch politische und wirtschaftliche Kämpfe für alle nutzbar gemacht werden können: Technologische Innovation muss von sozialer Innovation begleitet werden. Das betrifft etwa einen Anstieg der Löhne im Ausmaß des Produktivitätsfortschritts. Oder die Bewahrung und den Ausbau des Wohlfahrtsstaates, denn verlässliche soziale Absicherung und der offene Zugang zum Bildungssystem ermöglichen es den von Modernisierung Betroffenen, wieder Fuß zu fassen und die neuen Chancen zu nutzen.

Technologischer Fortschritt eröffnet noch viel weitergehende soziale Spielräume, wenn die wachsende Produktivität zu einer Verringerung der geleisteten Arbeitszeit genutzt wird. Das war schon in den bisherigen industriellen Revolutionen viel stärker der Fall, als uns bewusst ist. Seit Ende des 19. Jahrhunderts hat sich die Jahresarbeitszeit von etwa 3000 Stunden auf 1500 Stunden halbiert. Ein enormer Anstieg an Lebensqualität und Lebenserwartung!

Und das war erst der Anfang, wenn es gelingt, die sozialen Voraussetzungen für eine rasche Reduktion der Arbeitszeit zu schaffen. Die innovativen Gewerkschaften haben wesentliche Vorarbeit bereits geleistet. Nach drei Jahrzehnten Stillstand steht Arbeitszeitverkürzung heute wieder ganz oben im Forderungskatalog, nicht nur das, sie wird auch erfolgreich umgesetzt. Zum

Beispiel im Vorzeigemodell der Freizeitoption, die in den richtungweisenden Kollektivverträgen der Elektro- und Metallindustrie verankert wurde. Sie ermöglicht es den Beschäftigten, den Produktivitätsfortschritt nicht in Form von Lohnerhöhungen, sondern durch Verringerung der Arbeitszeit in Anspruch zu nehmen.

Statt zwei Prozent Lohnerhöhung gibt es dann zum Beispiel eine Woche Urlaub pro Jahr mehr. Das schafft Lebensqualität und neue Arbeitsplätze. Vor allem das Interesse der jüngeren, gut ausgebildeten Facharbeitskräfte an diesem Modell ist hoch. Sie wollen mehr Zeit für Kinder und Familie, für Erholung und Freizeitaktivitäten, für Bildung und Erkenntnisgewinn haben.

Noch viel mehr ist möglich: Das Recht auf längere Auszeiten für Weiterbildung, das Zusammensein mit den Kindern oder die schon immer geplante, aber nie verwirklichte Weltreise. Die gesetzliche Verankerung einer sechsten Urlaubswoche würde gerade einmal die technologisch bedingte Erhöhung der Arbeitsproduktivität um zwei Prozent kompensieren, wäre aber mit erheblichen Wohlstandsgewinnen verbunden.

Mit diesen und anderen Modellen sind wir auf dem Weg zu jener Vision, die der britische liberale Ökonom John Maynard Keynes schon in der Weltwirtschaftskrise der 1930er-Jahre beschrieben hat: Der rasche technische Fortschritt würde nicht nur zu einem drastischen Anstieg des materiellen Wohlstandes führen, sondern auch zu einer Verringerung der täglichen Arbeitszeit auf nur noch drei Stunden.

Der erste Teil seiner Vorhersage wurde durch Wohlfahrtsstaat und gewerkschaftliche Lohnerhöhungen erfüllt. Am zweiten Teil der Steigerung des immateriellen Wohlstandes gilt es zu arbeiten. Das kann allerdings nur gelingen, wenn Arbeitszeitverkürzung zusammen mit technologischer Innovation und Verringerung der Ungleichheit in der Verteilung des Wohlstandes gedacht wird. 

4. Bücher und Statements

56

Max Schrems erklärt seine juristischen Etappensiege über den datenhungrigen Social-Media-Giganten Facebook

61

Sharing-Economy, neue digitale Arbeitsverhältnisse, Hass im Netz, Algorithmen, die Krise des Mainstream-Journalismus, Big Data



Der Drachentöter

Max Schrems hat gegen Facebook einen Etappensieg errungen und die EU zu einer Gesetzesänderung gezwungen. Ein Gespräch über Facebooks illegale Tricks, irre Iren und die Gefahr der Massenüberwachung

Max Schrems sieht müde aus, auch Tage des Triumphs können einen anstrengen. Vergangene Woche erschien das Gesicht des 28-jährigen Salzburgers auf den Titelseiten internationaler Zeitungen. Aufgrund seiner Klage hat der Europäische Gerichtshof ein folgenschweres Urteil gefällt: Die EU-Bestimmung „Safe Harbor“ gilt nicht mehr. Europäische Firmen dürfen nicht mehr so einfach Daten in die USA schicken, weil diese dort nicht sicher sind. Datenschützer verfielen in Jubel.

„Gratuliere, Max Schrems. Du hast die Welt zum Besseren verändert“, twitterte etwa Whistleblower Edward Snowden, der den Massenüberwachungsskandal des amerikanischen Geheimdienstes NSA aufdeckte. Jetzt sitzt Schrems in einem Café nahe seiner Wohnung in Wien und bestellt sich Schnittlauchbrot, weiches Ei und Kaffee. Gegen Ende wird der Fotograf der *New York Times* ins Café kommen, um ihn fürs Fotoshooting abzuholen. „Ich mach’s nach dem Motto: Durchziehen und fertig“, sagt Schrems über den Medienrummel.

Mehr als eine Stunde wird er sich für das Interview mit dem *Falter* Zeit nehmen. Er spricht über seinen verrückten Prozess, über das Tschernobyl des Datenschutzes und über Facebooks Möglichkeiten, auch Leute zu durchleuchten, die gar nicht auf Facebook sind.

Falter: „Jede Person hat das Recht auf Schutz der sie betreffenden personenbezogenen Daten“, so lautet Artikel 8 der EU-Grundrechtecharta. Er kommt noch vor Artikel 9, dem „Recht, eine Ehe einzugehen und eine Familie zu gründen“. Warum ist Datenschutz für uns Europäer so wichtig?

Max Schrems: Es ist eine grundsätzliche Freiheitsfrage. Was sollen andere Leute über mich wissen, was ist privat, wer kann

INTERVIEW:
BENEDIKT
NARODOSLAWSKY

Die hier abgedruckten Gespräche mit Max Schrems erschienen in Falter 42/2015 und 11/2016

Zur Person

Maximilian Schrems, 28, zählt zu den bekanntesten Datenschützern Europas. Der Jus-Doktorand an der Uni Wien legte sich 2011 mit dem europäischen Ableger des US-Milliardenkonzerns Facebook an. Eine seiner Klagen ging bis zum Europäischen Gerichtshof und führte vergangene Woche zum Ende der EU-Datenschutzbestimmung „Safe Harbor“, die den Datentransfer in die USA regelte

darüber entscheiden? Die Frage ist kulturell geprägt. Es gibt in Europa einen ganz anderen Ansatz als in den USA. Wenn mich amerikanische Journalisten anrufen, fragen sie mich: „Ist das wegen der Kommunisten oder wegen der Nazis so?“ Und ich denk mir dann immer: „Oida!“

Die Amerikaner schütteln über uns den Kopf.

Schrems: Wie wir den Kopf darüber schütteln, dass der zweite amerikanische Verfassungszusatz jedem erlaubt, eine Waffe zu tragen. Das als Grundrecht zu definieren ist aus europäischer Sicht skurril. Stattdessen sind wir für Daten- und Konsumentenschutz. In den USA ist das „Selber schuld“-Element viel größer. Sie denken: Wenn du als Kleiner zerquetscht wirst, passiert das, weil der andere stärker war, und das ist sein gerechter Lohn. Wir hingegen wollen die Kleinen schützen und schauen auf den Ausgleich. Im Datenschutz ist das genauso: Man schützt den Kleineren.

Die Amerikaner halten hingegen die Rechte auf Meinungsfreiheit und die Freiheit des Handels hoch.

Schrems: Ja, aus Sicht der USA auf Europa ist der Freihandel wichtig. Das war der Grund, warum die Safe-Harbor-Regelung damals reingekommen ist. Die USA hat der EU gedroht, sie vor der Welthandelsorganisation zu verklagen, weil unsere europäischen Grundrechte ein Handelshemmnis für sie waren.

Aus deren Sicht stimmt das auch.

Schrems: Aber es kann nicht sein, dass sich die Konzerne die Regeln aussuchen, die sie lustig finden, und nur denen folgen. Alles andere finden sie gemein, gehen in die Ecke weinen und sagen: „Die Europäer sind so böse zu uns.“ Das ist ein bisschen lächerlich. Datenschutz ist nur ein Beispiel. Es

geht um eine prinzipielle Frage: Setzt ein Land sein Recht durch oder nicht?

Facebook hat seinen europäischen Sitz in Irland. Sie haben 23 Beschwerden gegen Facebook bei der irischen Datenschutzbehörde eingebracht. Aber wenn man verfolgt, wie die arbeiten, zweifelt man daran, ob die EU-Länder ihr Recht überhaupt durchsetzen wollen.

Schrems: Wir haben ein Riesenproblem bei den Datenschutzbehörden, weil sie unabhängig sein müssen. Das hat der EuGH blöderweise bestätigt. Wenn du eine unabhängige Datenschutzkommission hast, die wirklich etwas tut, ist das ja super. Aber wenn du bewusst jemanden hinsetzt, der nichts tut, kann sich die Politik super an der Behörde abputzen und sagen: „Wir haben kein Weisungsrecht, die Behörde ist unabhängig. Wir setzen sie nur ins Amt.“ Und der unabhängige Datenschutzbeauftragte kann vier Jahre unabhängig gar nichts tun.

Ich habe Ihnen ein Bild von der irischen Datenschutzbehörde mitgebracht (Anm.: siehe S. 58). Können Sie mir erklären, was Sie darauf sehen?

Schrems: Da hinten ist der Bahnhof, da watschelst du runter, bis du vor dem Supermarkt stehst und dir denkst: „Wo ist jetzt dieses depperte Ding?“ Ich habe vorher nur die Adresse der Behörde gehabt und bin dreimal um das Haus herumgelatscht, bevor ich das Türkl da hinten gesehen habe.

So sieht also die Behörde aus, die Weltkonzerne wie Facebook überwacht und die Daten von Millionen Europäern schützt soll.

Schrems: Fairerweise muss man sagen: Der ganze erste Stock gehört ihnen. Da sind damals 20 Leute dringesessen.

Fortsetzung nächste Seite



Datenschutzaktivist Max Schrems brachte mit seinen Klagen gegen Facebook die problematische EU-Bestimmung „Safe Harbor“ zu Fall

FOTO: HERIBERT CORN

Fortsetzung von Seite 56

Sie haben damals kritisiert, dass die Datenschutzbehörde weder einen Juristen noch einen Techniker beschäftigte.

Schrems: Mittlerweile haben sie 15 Beamte mehr bekommen, sie sind jetzt 35 und haben nun auch einen Juristen. Man merkt jetzt, dass ihre Antworten ein bisschen durchdachter sind. Vorher haben sie sich bei jedem Brief selbst noch einmal in den Haxen geschnitten.

Es hat sich also für die Behörde ausgezahlt, dass Sie mit Ihren Beschwerden gegen Facebook lästig geblieben sind.

Schrems: Ja, sie haben auch ein dickes Budget bekommen. Das Problem ist bloß, dass jetzt 35 Leute nichts machen, wo vorher 20 Leute nichts gemacht haben.

Sie haben Ihre ersten Beschwerden gegen Facebook 2011 eingereicht. Wann haben Sie die Behörde das erste Mal besucht?

Schrems: 2012. Mit Facebook hatte sich der zuständige Beamte davor schon öfter getroffen, und ich habe gesagt, ich würde mich gern einmal mit ihm treffen. Er hat zugestimmt, hat aber gesagt, er werde nicht mit mir über meinen Fall sprechen. Ich bin trotzdem einmal hingegangen. Daraufhin hat er mir eine Standpauke gehalten, was mir einfele, mit Medien zu sprechen und die Behörde zu kritisieren. Sie waren daran gewöhnt, dass sie machen können, was sie wollen. Dass jemand Kritik übt, war ganz neu für sie.

Was haben Sie gemacht?

Schrems: Ich hab ihn um Akteneinsicht gebeten, weil ich weder die Akten bekommen hatte noch wissen durfte, was in meinem eigenen Verfahren passiert. Anträge durfte ich auch keine stellen, obwohl es ein Zwei-Parteien-Verfahren war. Mit irischem Recht kannte ich mich nicht so gut aus, aber laut Artikel 6 der Europäischen Menschenrechtskonvention gibt es für jeden ein faires Verfahren. Das heißt, ich darf zumindest meine eigenen Akten sehen. Aber der Beamte sagte: Die Europäische Menschenrechtskonvention gilt für die Behörde nicht.

Warum?

Schrems: Er hat gesagt, das sagt er mir nicht.

Die irische Datenschutzbehörde hat den Kontakt zu Ihnen schließlich abgebrochen. Redet sie mittlerweile wieder mit Ihnen?

Schrems: Nein, es ist wirklich geil. Du bist Verfahrenspartei, rufst dort an und fragst: „Passiert jetzt irgendetwas?“ Darauf sagen sie dir: „Wir können Ihnen das am Telefon nicht beantworten, schicken Sie uns ein E-Mail!“ Du schickst Ihnen also ein E-Mail, und du bekommst eine Woche später die Antwort zurück: „Wir kommentieren Ihr E-Mail nicht.“

Das hört sich nach dem Stoff einer Tragikomödie an.

Schrems: Es ist wie „Der Prozess“ von Kafka! Ich wollte in Irland die Klage einbringen, aber kein Datenschutzanwalt wollte mich vertreten. Sie sagten mir zwar: „Geile Sache, die du da machst, aber wir haben nie miteinander geredet.“ Sie haben sich davor gefürchtet, ihre Klienten zu verlieren.

Warum haben Sie nicht irgendwann aufgegeben?

Schrems: Na ja, die ersten 22 Beschwerden habe ich eh zurückgezogen. Die Behörde



Das ist der Eingang der irischen Behörde, die in der EU Milliardenkonzerne wie Facebook und Google „überwacht“

hat bei diesen Beschwerden zwar ein offizielles Verfahren eröffnet, aber drei Jahre lang nichts gemacht. Sie machten nur Prüfungsberichte, in denen kein Paragraf erwähnt wurde und nichts drinstand, außer Sätze wie „Es wäre schön, wenn Facebook diesen Button ein bisschen bunter macht“. Die Hälfte der Beschwerdepunkte ignorieren sie einfach. Ich dachte mir, wenn ich jeden einzelnen Akt, den sie haben – und die ich gar nicht kenne –, rausklagen muss, sitze ich in 25 Jahren noch da.

Ihre 23. Beschwerde hat zum folgenschweren Urteil des EuGH geführt. Sie hat Prism betroffen, also das Überwachungsprogramm des amerikanischen Geheimdienstes NSA. Die NSA soll laut Enthüllungen des Whistleblowers Edward Snowden massenhaft Daten von Facebook-Usern bekommen haben. Warum waren Sie mit Beschwerde 23 erfolgreich?

Schrems: Dort haben Sie nicht einmal ein Verfahren eröffnet. Sie haben bloß gesagt, meine Rechtsansicht sei „frivol“, und deshalb bearbeiteten sie die Beschwerde nicht. Sie haben also schon an der Tür zu mir gesagt: „Lecken Sie uns am Arsch, das interessiert uns nicht.“ Damit war es leichter zu klagen, weil du nicht drei Jahre Verfahren abwarten musst. Ich habe direkt zu Gericht gehen können und sagen: Die Behörde hört sich meine Beschwerde gar nicht erst an.

Die Sache landete danach vor dem Hohen Gericht in Irland.

Schrems: Es war ein Spiel mit der heißen Kartoffel. Die irische Behörde wollte den Fall nicht bearbeiten, und der Richter des Hohen Gerichts hat herumargementiert, dass er selbst gar nichts entscheiden könne. Er hat den Fall sofort zum EuGH geschickt.

Das ist deshalb irritierend, weil die Iren gar nie daran gezweifelt haben, dass es das Überwachungsprogramm Prism gibt.

Schrems: Ja, wir haben die Beschwerde auch bei der luxemburgischen Datenschutzbehörde eingereicht. Die waren geschickter. Sie sagten, sie könnten nur das Herzogtum Luxemburg untersuchen. Da das so klein ist, könnten sie gar nicht wissen, was in den USA passiert. Sie könnten also nicht beweisen, ob das stimmt, was Snowden aufgedeckt hat. Auf der Faktenebene kannst du dich endlos streiten, schließlich hat keiner von uns das Überwachungskabel gesehen, das hinten raussschaut.

Wie war das in Irland?

1222

Seiten an (zum Teil bereits gelöscht) Daten bekam Schrems von Facebook. Er hatte wissen wollen, was das Netzwerk von ihm gespeichert hat

23

Beschwerden reichte er daraufhin bei der irischen Datenschutzbehörde gegen Facebook ein

4

Jahre dauert Schrems' juristischer Kampf gegen den Facebook-Konzern mittlerweile an



Max Schrems: Kampf um deine Daten. edition a, 2014, 221 S., € 19,95

Schrems: Dort hat der Datenschutzbeauftragte in der irischen Version des „Ö3-Weckers“ in der Früh gesagt, natürlich würden wir alle überwacht werden. Wir sollten froh sein, denn das passiere alles nur zu unserem Besten. Die Faktenebene hat sich damit selbst abgeschossen. Das Radiointerview habe ich fröhlich abgetippt, dem Gericht als Transkript vorgelegt und gezeigt: „Wir sind uns ja alle einig, dass wir überwacht werden. Das ist ja schon einmal ein Teilerfolg, jetzt müssen wir nur noch schauen, was das rechtlich bedeutet.“

Der EuGH hat Ihnen schließlich recht gegeben. Warum haben Sie Ihre Klage eigentlich gegen Facebook gerichtet und nicht gegen die USA oder die NSA?

Schrems: In die Unternehmen kannst du reinstechen. Im Gegensatz zu den USA als Staat haben private Firmen Restriktionen. Wenn du keinen Privaten mehr hast, der die Daten zuliefert, funktioniert die Überwachung nicht mehr. Die private Überwachung durch die Unternehmen war also der Knackpunkt.

Ist der ökonomische Hebel der einzige, um die EU zu etwas zu bewegen?

Schrems: Ja, leider. Und die USA auch. Die haben ja die ganzen bösen Briefe von Merkel und Co bekommen. Und scheißen drauf. Seit zwei Jahren wird über das neue Safe Harbor verhandelt, und die EU-Kommission behauptet, es gebe Fortschritte. Aber die Leute, die drinnen sitzen, erzählen mir, dass sie bislang nur auf Granit gebissen hätten.

Durch das EuGH-Urteil könnte nun Bewegung in die Verhandlung kommen.

Schrems: Jetzt haben die Amis einen Herzinfarkt bekommen, weil die Europäer ernsthaft einmal etwas tun. Bis jetzt war ihre Grundeinstellung: Die Europäer sind eh süß, aber wenn wir Amis Nein sagen, machen sie's nicht. In Brüssel heißt es hingegen: „Die Amerikaner sind unsere transatlantischen Freunde.“ Aber irgendwo hat jede Freundschaft ihr Ende.

Wie steht die österreichische Regierung zum Datenschutz?

Schrems: Das Bundeskanzleramt ist für die Möglichkeiten, die es hat, explizit. Sie haben vor der EuGH-Verhandlung klar gesagt, Safe Harbor könne nicht legal sein. Die Deutschen, Spanier, Italiener und Franzosen sind gar nicht erst zur Verhandlung gekommen. Mir ist geflüstert worden, sie hätten Angst gehabt, die transatlantische Beziehung zu belasten.

Schickten die USA einen Vertreter zur Verhandlung?

Schrems: Ja, aber die Amerikaner haben erst am Wochenende gecheckt, dass sie stattfindet. Am Montag darauf haben sie die Kommission und alle Mitgliedsstaaten durchgerufen und interveniert, dass sie ihren Standpunkt vor dem EuGH ändern sollen. Das weiß ich von Leuten, die diese Anrufe bekommen haben. Ich bin seit Jahren mit ihnen auf Panels, die kennt man irgendwann. Die flüstern dir dann auf dem Gang, dass es am Montag noch gescheit abgegangen ist. Da gibt es im Hintergrund schon einen Riesendruck.

Der Europäische Gerichtshof stellte sich trotzdem auf Ihre Seite.

Schrems: Die große Aufregung unter Da-

tenschützern gibt es nicht deshalb, weil ein Gesetz aufgehoben worden ist. Das passiert in der EU regelmäßig. Dass sich Unternehmen auf neue Gesetze einstellen müssen, ist auch nichts Außergewöhnliches. Die große Aufregung gibt es deshalb, weil im Datenschutz einmal etwas durchgesetzt wurde.

Versteht Otto Normalverbraucher überhaupt, warum das Thema so wichtig ist?

Schrems: Das ist der Grund, warum ich so oft fotografiert werde. Du hast auf einmal eine Fresse, einen Protagonisten, eine Geschichte. Bei Umweltschutz kannst du tote Fische fotografieren, aber Datenschutz ist ein Metadating. Die Leute haben dabei maximal ein schlechtes Gefühl, nach dem Motto: Da wird alles Mögliche gespeichert, aber sie können es nicht richtig benennen. Wie beim Thema Atom – das konnte sich auch keiner vorstellen, dass der Müll Millionen Jahre strahlt. Dann kam Tschernobyl. Snowden war das Tschernobyl des Datenschutzes, weil wir alle gecheckt haben: Es gibt ein Problem.

Beim Thema Atom ist das Problem mittlerweile klar: Atomunfälle führen zu Umweltzerstörung, Erkrankung und Tod. Warum sind ungeschützte Daten gefährlich?

Schrems: In einer freiheitlichen Gesellschaft soll ich mich frei entfalten können. Wenn ich weiß, dass ich überwacht werde, verhalte ich mich womöglich anders, als wenn ich nicht überwacht werde. Man zensiert sich selbst. Ich sage nicht mehr, was ich sagen will. Wenn jeder sieht, wen ich wähle, wähle ich vielleicht nicht mehr so, wie ich will. Man denkt sich: „Passiert mir etwas, wenn ich den Strache wähle? Oder die KPO?“ Die Überwachung ist die erste Ebene des Problems.

Und die zweite?

Schrems: Der wirkliche Missbrauch. Ich habe mir vor kurzem angeschaut, wie das Kreditrating in Österreich abläuft. Ob du gut oder schlecht geratet wirst, hängt davon ab, welche Adresse du hast und wie alt du bist. Das ist eine reine Voodoo berechnung, aber du bekommst deshalb vielleicht keinen Handyvertrag.

Mit sehr großen Datenmengen – also Big Data – bekommt man schon ein sehr aussagekräftiges Ergebnis. Die US-Handelskette Target erkennt etwa am Einkaufsverhalten ihrer Kundinnen, wenn sie im ersten Trimester ihrer Schwangerschaft sind. Dann ist es keine Voodoo berechnung mehr.

Schrems: Eben. Wenn du Big Data auf Personen anwendest und Leute anhand vieler Kriterien statistisch einordnest, hast du eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass die Annahme stimmt. Praktisch führt das zu einer massenhaften Diskriminierung.

Warum?

Schrems: Der freie Markt ist der Kern des kapitalistischen Systems. Das bedeutet, ein Markt, in dem jeder auf Augenhöhe ist. Wo jeder die gleichen Informationen haben kann. Wenn ich nur einen Anbieter habe, der von seinen Kunden genau weiß, ob er ein Produkt gerade dringend braucht und wie viel Geld er hat, zahlt der eine 100 Euro, wofür ein anderer nur zehn Euro zahlt. Creepy wird es, wenn jemand mit Big Data sogar die Zukunft herausrechnen kann, die zum großen Teil eben stimmt. Dann weiß ein Computer schon vor mir,

was ich morgen machen werde. Das ist wie im Film „Minority Report“. Die Frage ist also, wie sehr man mit Anwendungen Personen durchleuchten kann.

Sie sind also nicht grundsätzlich gegen Big Data?

Schrems: Nein, es gibt natürlich wahnsinnig geile Anwendungen. Die Technologie ist nicht das Problem, sondern die Frage, wie man sie verwendet. Wo ist sie gut, wo ist sie nicht sinnvoll? In der Medizin kann man ganz tolle Auswertungen machen. Die positiven Beispiele von Big Data sind aber jene, wo es gar nicht um personenbezogene Daten geht, sondern wo die Daten anonymisiert sind.

Personenbezogene Daten sind Daten, mit denen sich auf die Person rückschließen lässt. Facebook hat sein Geschäftsmodell darauf aufgebaut. Dürfen sie solche Daten überhaupt verarbeiten?

Schrems: Ja, die Datenschutzdebatte ist nicht schwarz-weiß. Vieles von dem, was Facebook macht, ist vollkommen legal. Es geht immer darum, wie viel es macht. Verwenden sie meine letzten fünf Postings für ihre Werbung? Dass ich ein Fan von einem Fußballclub bin oder in Wien lebe? Damit habe ich kein Problem. Wenn sie aber zehn Jahre meiner persönlichen Nachrichten durchforsten, in der Hoffnung, dass sie noch etwas über mich rauskramen, finde ich das heftig.

In Ihrem Prozess hat sich auch gezeigt, dass selbst Nachrichten auf Facebook weiterhin gespeichert wurden, die Sie bereits gelöscht hatten.

Schrems: Ihre Grundidee ist: „Keep it all!“ Sie wollen so viel sammeln wie möglich und die Daten möglichst für immer behalten. Die Software ist deshalb so gebaut, dass ich Informationen nicht mehr löschen kann.

In den Facebook-Nachrichten, die Sie eigentlich schon gelöscht hatten, haben Sie etwa über die psychische Krankheit einer Freundin geschrieben. Oder wem Sie die Vorzugsstimme bei Wahlen geben wollen.

Schrems: Ja. Und du kannst alles gegen jemanden verwenden. Den Durchschnittsnutzer wird das tendenziell nicht treffen, der hat eher das Problem, dass er verarscht wird, weil die Preise für ihn teurer werden und es keinen freien Markt mehr gibt. Zum Beispiel wenn eine Fluglinie seinen Google-Kalender kennt und weiß, dass er den Flieger erwischen muss, und deshalb den Preis erhöht. Aber die Leute, die politisch aktiv sind, die demonstrieren, die etwas tun, die unbequem sind und die Gesellschaft ein bisschen vorwärtsbringen, bekommen eben noch ein anderes Problem.

Was kann denen passieren?

Schrems: Ein typischer Fall bei uns war der Tierschützerprozess. Unabhängig davon, ob die Tierschützer etwas verbrochen haben oder nicht: Da ist versucht worden, ihnen etwas anzuhängen. Du kannst 100-mal sagen: „Das habe ich nicht gemacht.“ Da wird irgendein Scheiß über dich herausgezogen und gegen dich verwendet, und du kommst nicht mehr hinterher, das alles zu erklären.

Haben Sie auch belastendes Material auf Facebook gepostet?

Schrems: Natürlich gibt's da Nachrichten, die ich nicht im Internet haben will. Weil

sie persönlich sind, Liebesdramen, was man eben so ansammelt. Das ist nichts Illegales, aber es sind Dinge, die für mich kreditschädigend wären, wenn sie öffentlich würden.

Sie erklären auf Vorträgen, wenn Menschen Facebook am Smartphone verwenden, kann Facebook auf ihre Telefonverzeichnisse zugreifen. Damit kennt es auch jene Leute, die gar nicht auf Facebook sind.

Schrems: Durch Importfunktionen zieht Facebook die Daten hoch. Weil wir uns mit Leuten abgeben, die ähnliche Interessen haben oder etwas Ähnliches tun, kann Facebook über Freunde Daten hochrechnen.

Was weiß Facebook dadurch über mich, wenn ich gar nicht auf Facebook bin?

Schrems: Facebook weiß von jemandem: Er war auf dieser bestimmten Schule, denn warum würde er sonst diese fünf Leute aus der Schule kennen? Er hat wahrscheinlich dieses Fach an der Uni studiert, schließlich kennt er diese zehn Leute, die alle das Gleiche studiert haben. Er wählt wahrscheinlich links, weil seine Freunde ähnlich wählen.

Was kann man gesetzlich dagegen tun, dass Facebook Daten von mir verwendet, die es von meinen Freunden und Bekannten bekommen hat?

Schrems: Das ist eh schon illegal. Es gibt für sie kein legitimes Interesse, über Leute etwas herauszufinden, mit denen sie nichts zu tun haben. Sie haben keine Zustimmung bekommen, es gibt also keine gesetzliche Grundlage dafür. Aber Facebook sagt, die Zustimmung sei durch Dritte erfolgt. Das heißt: Nicht du hast zugestimmt, sondern deine Freunde. Das ist Bullshit, denn nach dieser Logik kann ich auch zustimmen, dass du meinen Kaffee für mich zahlst. Das geht schon seit den Römern nicht. Aber sie machen es halt einfach. Wir haben also überhaupt kein Rechtsproblem, sondern ein totales Durchsetzungsproblem.

Was kann der Falter-Leser tun, wenn er sich schützen will, aber sich im Datenschutz nicht auskennt?

Schrems: Du kannst als Einzelperson leider nicht wahnsinnig viel machen. Man kann schauen: Welchen Anbieter verwende ich? Nehme ich mir ein Gmail-Konto von Google? Oder einen anderen Anbieter, bei dem ich zehn Euro pro Jahr zahle, aber dafür weiß ich, dass er meine Daten in Ruhe lässt? Ich kann schauen, dass ich keinen Blödsinn poste, der nicht unbedingt sein muss. Das ist im Großen und Ganzen das, was du machen kannst.

Ist es nicht eh schon egal?

Wenn die NSA jemanden überprüfen will, macht sie es sowieso.

Schrems: Wenn sie von jemandem etwas wissen wollen, brauchen sie Facebook nicht dafür. Die Frage ist, wie leicht man es ihnen macht. Die Massenüberwachung funktioniert nur dann, wenn sie massenhaft die Daten bekommen. Du kannst zumindest schauen, dass du ihnen die Daten nicht selbst direkt in die Goschn reinstopfst. Das war ein bisschen die Überlegung für die Klage.

Das heißt, Sie wissen, dass Sie selbst überwacht werden könnten. Üben Sie Selbstzensur?

Schrems: Nein, ich habe beschlossen, ich mache weiter so wie immer. Ich warte nur, bis es mir einmal auf den Schädel fällt. **F**



Die große Aufregung gibt es deshalb, weil im Datenschutz einmal etwas durchgesetzt wurde

MAX SCHREMS



Mark Zuckerberg hat Facebook erfunden, das mittlerweile 1,5 Milliarden Nutzer zählt. Die NSA zapfte Facebook an



Edward Snowden deckte den NSA-Überwachungsskandal auf. Wegen seiner Enthüllungen klagte Schrems



Yves Bot, Generalanwalt am EuGH, empfahl dem Gericht im Zuge der Schrems-Klage, Safe Harbour zu kippen

Europas Datenschutz: Aufgehoben, aufgeschoben

Warum uns die EU-Regelung „Privacy Shield“ nicht vor dem US-Geheimdienst NSA schützen wird



GESPRÄCH:
BENEDIKT NARODOSLAWSKY

Max Schrems ist Österreichs bedeutendster Datenschutzaktivist. Nach dem NSA-Skandal brachte er durch einen Rechtsstreit mit Facebook die EU-Datenschutzregelung „Safe Harbor“ zu Fall (siehe Marginalspalte).

Safe Harbor diente als Datenschutzfeigenblatt. Es verhinderte nicht, dass US-Firmen sensible Daten von europäischen Bürgern an den US-Geheimdienst weiterreichten. Um es bildhaft auszudrücken: Wenn ein Österreicher einem Freund in einer vertraulichen Facebook-Privatnachricht etwa von seiner Krankheit, seinen Schulden oder seiner sexuellen Orientierung berichtete, konnte die NSA auf diese sensiblen Facebook-Nachrichten zugreifen.

Nach Safe Harbor verhandelte die EU mit den USA nun über eine neue Datenschutzabmachung. Im Februar stellte EU-Justizkommissarin Vera Jourova das Ergebnis vor. Es heißt: „Privacy Shield“, zu Deutsch: Privatsphärenschild.

Falter: Herr Schrems, wie bewerten Sie Privacy Shield?

Max Schrems: Privacy Shield ist alter Wein in neuen Schläuchen. Die EU sagt nun, dass die USA keine staatliche Massenüberwachung mehr durchführen wird. Gleichzeitig steht in den gleichen Unterlagen, dass sie sich in sechs Ausnahmefällen sehr wohl erlauben, die Massenüberwachung zu machen. Das passt hinten und vorne nicht zusammen.

Die EU glaubt, die Amerikaner wollen keine EU-Bürger mehr massenhaft überwachen, weil das der oberste Rechtsberater des US-Geheimdienstes in einem Brief behauptet hat. Die US-Regierung hat der EU den Brief als Beweis vorgelegt.

Schrems: Das Problem ist, wie die EU-Kommission die Briefe der US-Regierung bewertet hat. Die Kommission hebt dabei nur die positiven Seiten der Amerikaner hervor, ohne sich die negativen anzuschauen. Sie bewertet die Lage total einseitig. Das ist absurd. Es ist so, als ob die EU China bitten würde, einen Brief über die Men-

Der Österreicher Max Schrems brachte die EU-Regelung Safe Harbor zu Fall

FOTO:
HERIBERT CORN

Safe Harbor sollte den strengen europäischen Datenschutz garantieren, wenn europäische Firmen (zum Beispiel: Facebook Irland) personenbezogene Daten an eine Firma in den USA übermittelten (zum Beispiel den Facebook-Mutterkonzern)

Whistleblower Edward Snowden enthüllte, dass die NSA auf sensible Daten der Europäer zugreifen, die die US-Firmen von Europäern sammelten. Ohne richterlichen Beschluss konnte der US-Geheimdienst Millionen EU-Bürger überwachen

Max Schrems beschwerte sich daraufhin im Rechtsstreit gegen Facebook bei der irischen Datenschutzkommission. Der Fall ging bis zum Europäischen Gerichtshof. Dieser entschied im Oktober 2015, dass Safe Harbor keinen ausreichenden Datenschutz garantierte und daher unzulässig sei

schenrechtslage in China zu schicken, und die Chinesen antworteten: „Unsere Menschenrechtslage ist super.“ Und die EU-Kommission würde ohne weiteres darauf vertrauen.

Die Regierungen der EU-Staaten müssen Policy Shield noch zustimmen. Was erwarten Sie von der österreichischen Regierung?

Schrems: Ich weiß nicht, ob das Bundeskanzleramt dazu etwas sagen wird. Es ist ein politischer Seiltanz, denn wenn die Regierung den Mund aufmachen würde, fiel die gesamte Wirtschaft über sie her. Außerdem würde sich wohl der US-Botschafter bei ihr melden. Die USA bauen gerade großen Druck auf, damit alles unter den Tisch gekehrt wird. Schon in früheren Datenschutzentscheidungen hat man gesehen, dass Brüssel die Amerikaner nicht verschrecken will.

Können die Datenschutzbehörden Privacy Shield noch verhindern?

Schrems: Die EU-Kommission muss die Datenschutzbehörden nur anhören. Selbst wenn die Datenschützer sehr kritisch sind, kann die EU-Kommission trotzdem entscheiden, wie sie will. Es läuft darauf hinaus, dass Privacy Shield kommt. Und dass es wie Safe Harbor wieder vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) landen wird.

Wird der EuGH auch Privacy Shield kippen?

Schrems: Privacy Shield ist nicht stabil, das haben sich die Verhandler nicht ordentlich überlegt. Das war ein Schnellschuss – so schaut's auch aus. Die USA berufen sich in der Privacy-Shield-Regelung etwa auf eine interne Überwachungsrichtlinie des Präsidenten, die sehr vage geschrieben ist. Es ist unklar, was den Amerikanern tatsächlich erlaubt ist. Das wird den Standard des Europäischen Gerichtshofs nicht erfüllen. Der EuGH hat selbst die Vorratsdatenspeicherung als grundrechtswidrig angesehen, die vergleichsweise restriktiv formuliert war. Vergleicht man die Vorratsdatenspeicherung mit dieser vagen Richtlinie, auf die sich die USA berufen, erlauben sich die USA das Zehnfache.

Würden Sie wieder klagen?

Schrems: Meine Anwälte und ich schauen uns das erst einmal an. Aber es gibt ohnehin genug Leute, die sich dazu bemüßigt fühlen.

Wann wird es eine Datenschutzregelung mit den USA geben, die ihren Namen verdient?

Schrems: So schnell wird es keine Lösung geben. Realistisch gesehen hat die EU gerade größere Probleme. Das Flüchtlingsthema, Syrien und TTIP sind ganz andere Bausteine, da ist ihr dieses Datenschutzabkommen mit den USA komplett egal. Ich glaube, die Strategie der EU-Kommissarin war: Wir machen mit Privacy Shield schnell eine neue Entscheidung. Bis sie der Europäische Gerichtshof wieder aufhebt, dauert es zwei Jahre oder mehr. Dann bin ich eh nicht mehr Kommissarin und es ist nicht mehr mein Problem.

Der US-Konzern Microsoft versucht das Datenschutzproblem selbst zu lösen. Er baut gerade eine Cloud-Infrastruktur in Deutschland auf. Die gesammelten Daten liegen dann in einem Rechenzentrum in der EU. Wäre der Datenschutz für EU-Bürger damit garantiert?

Schrems: Im Prinzip lässt sich die Datenschutzfrage teilweise technisch lösen. Der Zugang von Microsoft ist spannend. Das Unternehmen gibt die Verschlüsselung an die deutsche Telekom weiter, das bedeutet, Microsoft selbst hat keinen Zugriff mehr auf die Daten. Wenn etwa die NSA auf die Daten zugreifen will, muss sie also zur deutschen Telekom gehen.

Die Deutschen müssen sich an die strengen EU-Datenschutzrichtlinien halten.

Schrems: Genau. So könnte die NSA keine legale direkte Massenüberwachung mehr durchführen. Die US-Behörden könnten zwar nach wie vor auf Daten zugreifen, aber davor müsste ein Richter jeden einzelnen Fall überprüfen und den Zugriff erlauben. Das wäre aus rechtsstaatlicher Sicht kein Problem. Nur die Massenüberwachung, die es derzeit gibt, ist eines. Denn die US-Behörden können ohne rechtsstaatliche Prinzipien einfach in Daten und privaten Nachrichten herumklicken. 

Meins ist deins ist seins: Was heißt hier Teilen?

Wer verdient an der **Sharing Economy**? Tom Slee hat sich die Trittbrettfahrer, allen voran Airbnb, genauer angeschaut

REZENSION:
KARIN CHLADEK

Gemeingut ist in aller Munde. Auch Netzwerke, die gemeinschaftliches Wohl in den Mittelpunkt stellen (wie die in Österreich gestartete, aber inzwischen auch international verankerte Gemeinwohl-Ökonomie) breiten sich aus. Doch was ist das eigentlich, Gemeinwohl? Gar Gemeingut? Was soll geteilt werden? Und wer sind die Trittbrettfahrer? Als solche entlarvt mit „Deins ist meins“ ein neues Buch bekannte Protagonisten der „Sharing Economy“.

Rund 5600 Wohnungen werden in Wien über Airbnb vermietet. Laut Klemens Himpele, dem Leiter der Wiener Magistratsabteilung 23 – Wirtschaft, Arbeit und Statistik, läge man damit im internationalen Vergleich eher im unteren Bereich. In Berlin – mit einer Einwohnerzahl von rund 3,5 Millionen Menschen – würden mehr als 14.000 Wohnungen über Airbnb angeboten. Das sind Zahlen, die noch im Februar 2016 galten.

Himpele sieht die Situation für Wien also noch nicht als so dramatisch an, sagt aber, man müsse das Ganze beobachten. Ob sich etwa Nachbarn beschweren. Ob dem in den meisten Städten ohnehin angespannten und überbelegten Wohnungsmarkt de facto Wohnraum entzogen wird. Das passiert in Städten wie Paris oder Barcelona bereits: Politiker und Behörden dieser Städte sprechen offen darüber. Auch in Berlin hat ein Vermietungsverbot von Privatwohnungen als Ferienappartements, das per 1. Mai 2016 in Kraft getreten ist, für Aufsehen gesorgt.

Das Gesetz soll den stark gestiegenen Wohnpreisen in einer Stadt, die lange Zeit für ihre billigen Mieten bekannt war, entgegenwirken. Leistbare Wohnungen für die Einwohner der Städte vor Wohnungen für Touristen also. Die Politik versucht vielerorts endlich, den in den letzten Jahren stark gestiegenen Preisen fürs Wohnen entgegenzusteuern.

Eine Frage ist aber auch, ob die soziale Absicherung der Vermieter gegeben ist. Ist jemand, der hauptsächlich von Dienstleistungen lebt, die über Plattformen wie Airbnb oder Uber angeboten werden, überhaupt krankenversichert? Das ist natürlich ein selten diskutierter Nebenaspekt, denn in den allermeisten Fällen werden Airbnb-Vermieter längst andere Wege gefunden haben, versichert zu sein. Zumindest in Europa.

„Sharing“ klingt nur altruistisch

Sharing, also Teilen, das klingt so schön und altruistisch. Dabei geht es aktuell bei Sharing-Modellen meist um die Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen. „Teilen, das ist doch keine neue Idee. Öffentliche Bibliotheken oder öffentliche Schwimmbäder – das ist doch auch Teilen. Sicher können Plattformen wie Airbnb dem Einzelnen Chancen und Welten eröffnen. Aber diese Plattformen können sozialstaatliche Errungenschaften auch unterminieren. Da müssen wir anpassen“, stellt Klemens Himpele fest.

Ein neues Buch greift die sogenannte „Sharing-Economy“ mit ihren prominentesten Vertretern Airbnb und dem in Österreich nicht aktiven Privattaxidienst Uber nun direkt an: „Deins ist meins“ heißt das Buch, das die Recherchen des kanadischen Software-Spezialisten und Autors Tom Slee zusammenfasst.

Es ist erhellend zu lesen, wie etwa Airbnb entstanden ist und wie mit dem Ursprungsmythos und weitgehend falschen Aussagen viel Geld gemacht wird. Ursprünglich wollte das Gründer-Team anlässlich einer Konferenz im teuren Silicon Valley bei San Francisco für Nächtigungsmöglichkeiten sorgen. Das war 2007; damals ging es wirklich um Luftmatratzen („airbeds“) in mit anderen geteilten Räumen.

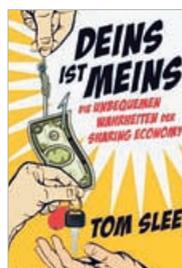
Positive und negative Seiten

Heute sind in Paris, der Stadt mit den meisten Airbnb-Angeboten, fast 90 Prozent der Angebote ganze Unterkünfte; in Städten wie Berlin, Amsterdam und Lissabon sind es mehr als 70 Prozent. Überall auf der Welt ist die Vermietung ganzer Unterkünfte die Haupteinnahmequelle von Airbnb. Auch muss man hinterfragen, ob die meisten Vermieter wirklich nur „ab und zu“ über Airbnb anbieten und ob sie nicht in Wahrheit mehr als nur eine Wohnung anbieten.

„Seit 2014 (...) (ist) ein erheblicher Teil des Geschäfts von Airbnb professionalisiert. Entweder (gibt) es Inserate von Wohnungen, die jemand nur besitzt, um sie zu vermieten, oder (von) Gastgeber(n), die mehrere Wohnungen besitzen. (Das Angebot) konzentriert sich auf die bei Touristen besonders beliebten Teile der Stadt“, schreibt Slee. Das klingt nach kommerzieller Tätigkeit. Damit ist auch klar, dass Airbnb kleinen Pensionen und Hotels, die im Gegensatz zu der Plattform und den darüber organisierten Privatvermietern Angestellte beschäftigen und oft erhebliche Steuern bezahlen, direkte Konkurrenz macht.

Airbnb war 2014 übrigens geschätzte 24 Milliarden US-Dollar wert. Damit spielt es in einer Liga mit Marriott International (23 Milliarden Dollar) und Hilton (29 Milliarden Dollar). Mittlerweile versucht die Plattform, wieder stärker zu den Wurzeln ihrer Gründung zurückzukehren. In einer neuen Kampagne wirbt sie fürs persönliche „Gastgeben“. Man will offensichtlich weg vom Image des Hotelkonkurrenten.

Ja, natürlich gibt es staatliche Überregulierung. Ja, natürlich ist es interessanter, eine persönlichere Bleibe auf Zeit mieten zu können als ein x-beliebiges Hotelzimmer. Sogar Hausboote sind über Airbnb zu finden. Wem würde das nicht gefallen? Die positiven Seiten von Airbnb sind nicht weg-zudiskutieren, die dunklen Seiten aber auch nicht. Im Grunde ist das Fazit aber einfach: Airbnb bündelt die Angebote, die es im privaten Vermietungsbereich schon lange gegeben hat. Vor allem aber ermutigt es Haus- und Wohnungseigentümer, neue Angebote zu schaffen. Und das artet derzeit in einigen Städten aus.



Tom Slee: Deins ist meins. Die unbequemen Wahrheiten der Sharing Economy. Verlag Antje Kunstmann, 272 S., € 23,60

Karin Chladek schreibt regelmäßig für den Falter. Ihr Schwerpunkt sind Nachhaltigkeitsthemen

In der Horde: radikal neue Formen der Arbeitsorganisation

REZENSION:
SYLVIA KUBA

Es gibt Situationen, in denen einem der Mund offen stehen bleibt. Etwa, wenn man bei Christiane Benner zum ersten Mal über ein Phänomen liest, dessen potenzielle Konsequenzen einem bereits nach den ersten Seiten dämmern. „Crowdwork – zurück in die Zukunft“, heißt das in Knallgelb gehaltene Buch, das von der stellvertretenden ChefIn der deutschen IG Metall herausgegeben wurde. Dort versammelt die Herausgeberin internationale Wissenschaftler, Organizer, Betriebsräte und Crowdworker, die aus unterschiedlichen Perspektiven diese neue Form der Arbeitsorganisation beschreiben, bei der große Arbeitsmengen in viele kleine Arbeitsschritte zerteilt und über webbasierte Plattformen an eine große Gruppe von Menschen ausgeschrieben werden. Die Vorteile, die dieses Vorgehen für Unternehmen bietet, werden dem Leser schnell ersichtlich: Ein schier unendlich großes Heer an Arbeitskräften kann über das Internet erreicht werden – zu jeder Zeit und zu erstaunlich geringen Kosten. Das ist vor allem auch deshalb möglich, weil sich das junge Phänomen derzeit in rechtlich noch recht grauen Zonen bewegt. Für betroffene Crowdworker gibt es neue Arbeitsmöglichkeiten. Und jede Menge Probleme, da grundlegende Arbeits- und Sozialrechtsstandards oft schlicht ignoriert werden.

Glaubt man auf den ersten Seiten noch an eine realistische Zukunftsvision, wird bald klar, dass wir es mit einem Gegenwartsphänomen zu tun haben. So lässt der Betriebsrat von IBM wissen, dass die digitale Gliederung großer Arbeitspakete in viele kleine Tasks und die weltweite webbasierte Ausschreibung selbiger längst zur betrieblichen Praxis gehören. Der Kollege von Daimler sagt dasselbe über die Erfassung von Kenntnissen der Mitarbeiter und Projekten in weltweiten Datenbanken. Eine amerikanische Informatikerin und High-Tech-Forscherin berichtet über ihr Projekt, mit dem sie durch die Programmierung von Spezialsoftware sehr erfolgreich amerikanische Crowdworker bei ihrer Selbstorganisation unterstützt hat. Beraterinnen kommen zu Wort, die die positiven Potenziale von Crowdwork für die Unternehmenswelt darstellen. Und Spangirl, die ihre Identität geheim hält und selbst auf der weltweit größte Crowd-Plattform arbeitet, berichtet von ihrem Kampf um gerechte Entlohnung und eine respektvolle Kommunikation vonseiten der Auftraggeber. Und natürlich werden auch die notwendigen theoretischen Grundlagen mitgeliefert, die sowohl den aktuellen Forschungsstand zum Thema zusammenfassen als auch einen hilfreichen Überblick über die Einordnung und Abgrenzung des Phänomens bieten.

Auch wenn die, zugegeben etwas penetrante, Farb- und Formgestaltung des Buches vielleicht anderes suggeriert – wir haben es hier mit einem Buch zu tun, das schon jetzt als Standardwerk für alle, die sich mit dieser neuen Form der Arbeitsorganisation auseinandersetzen wollen und einen Blick in eine mögliche Zukunft der Arbeitswelt wagen wollen, empfohlen werden kann.



Christiane Benner: Crowdwork – zurück in die Zukunft? Bund-Verlag, 240 S., € 29,90

Algorithmen verstehen. Sie fragen uns, wer entscheidet: wir oder die Rechner

REZENSION:
ARMIN THURNHER

Wer Algorithmen verstehen will, ist beim Deutschen Christoph Drösser gut aufgehoben. Der Autor des Buches „Total berechenbar. Warum Algorithmen für uns entscheiden“, studierte Mathematik und entschied sich danach für die Laufbahn eines Wissenschaftsjournalisten. Sein Buch handelt von der neuen, durch Big Data und durch Algorithmen geprägten Welt.

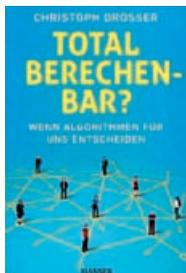
Er schickt voraus, die Algorithmenkritik sei „eine deutsche Spezialität“, und schuld daran sei Frank Schirrmacher, der 2014 verstorbene Herausgeber der FAZ, der Algorithmen als Feindbild gewählt habe. Das stimmt so nicht ganz, denn Schirrmacher war es vor allem um den Missbrauch der Spieltheorie zu tun.

Drösser stimmt aber Schirrmacher implizit zu, wenn er schreibt: „Wir halten alles für berechenbar. Und machen uns selbst berechenbar.“ Nur lasse uns Schirrmacher im Dunkeln darüber, was Algorithmen wirklich seien. Und siehe da, Drösser füllt diese Lücke und erklärt uns ganz einfach einmal, was Algorithmen sind. Nämlich Handlungsanweisungen für Rechner, ein Problem zu lösen. Wie Kochrezepte oder Partituren Anweisungen sind, eine Speise zuzubereiten oder Musik aufzuführen.

Drössers Anliegen ist es, das Verständnis von Algorithmen als Bildungsaufgabe darzustellen. Wer nicht verstehe, wie sie gemacht werden, habe keine Ahnung, wie unsere Welt gemacht werde. Er selbst führt uns von einfachen Beispielen wie formalisierten Kochrezepten zu den Klassikern des Netzes wie Routenplanern, Google, Amazon, Netflix und Facebook, NSA und Online-Dating. In diesem Buch gehen einem die Augen auf.

Immer entscheidet der Mensch, das heben beide Autoren hervor. Diese Entscheidungen sichtbar zu machen, darum geht es. Die dunkle Zone der „neuronalen Netze“ bleibt bei Drösser auf ein Kapitel beschränkt. Schade, denn dort entscheidet nicht mehr nur der Mensch, sondern auch der Rechner, wohin die Reise geht.

Es geht um künstliche Intelligenz, um selbstlernende, der Funktionsweise des Gehirns nachgebildete Riesennetze, die selbstfahrende Autos, Sprachsteuerungen, Übersetzungsprogramme und vieles mehr erst ermöglichen. Alle Datenkonzerne beschäftigen sich heute intensiv mit ihnen. Es wird ebenso wichtig wie schwierig, den Punkt nicht zu verpassen, wo Maschinen uns die Entscheidung über sie und ihre Entwicklung abnehmen. **F**



Christoph Drösser:
Total berechenbar?
Wenn Algorithmen für uns entscheiden.
Hanser, 252 S.,
€ 18,40

In den Echoräumen des Irrsinns

Ingrid Brodnig hat ein instruktives Buch darüber geschrieben, wie es zu all dem Hass im Internet kommt. Und sie zeigt, was ihrer Meinung nach dagegen zu tun wäre

REZENSION:
ROBERT MISIK

Kann die Demokratie das Internet überleben? Diese bange Frage drängt sich aufmerksamen Zeitgenossen in den vergangenen Jahren verstärkt auf. Die digitale Kommunikation etabliert Polarisierungen (oder verstärkt sie zumindest), überall wird gerülpelt und gerotzt, der Mob 2.0 schürt Pogromstimmung.

Diejenigen, die den absurdesten Gerüchten aufsitzen, halten sich groteskerweise für besonders gut informiert. Und ganz generell triggert die Aufmerksamkeitsökonomie des Netzes die Erregung, Gereiztheit und den negativistischen Sensationalismus, da die Horrormeldung immer mehr Aufmerksamkeit auf sich zieht als die ausgewogene Bedächtigkeit. Schlimmer noch: Nicht nur die Irren erhalten eine Aufmerksamkeit, die sie früher nicht hatten, auch die Nicht-Irren werden in der Onlinekommunikation schnell zu Durchgeknallten. Für nicht wenige Leute gilt: Offline seid ihr ja ganz nett, aber online werdet ihr zu Monstern.

Ingrid Brodnig, vormalis Medienredakteurin des *Falter*, heute bei *Profil* aktiv, ist spätestens seit ihrem Buch „Der unsichtbare Mensch“ in Österreich „die Expertin“ für die Abartigkeiten im Neuland Internet. In ihrem neuen Buch „Hass im Netz“ beschreibt sie Hetze, Mobbing und Lügen im Netz und gibt Anleitungen zur Frage, „was wir dagegen tun können“.

Sagen wir es vorweg: Es ist ein hervorragendes Buch, das all die Phänomene der Netzkommunikation – vor allem in sozialen Netzwerken und Postingsforen – beschreibt, sie zu erklären versucht und diese Erklärungen auch mit Forschungsergebnissen aus der Verhaltenspsychologie unterlegt.

Zugleich liegt es natürlich in der Natur der Sache, dass jeder, der Postings liest, einen Facebook- oder Twitter-Account hat, das alles schon „irgendwie“ weiß. Ein bisschen ist es ein Buch, das Menschen das Internet erklärt, die noch nie im Internet waren und jetzt endlich auch etwas vom Netz erfahren wollen. Aber hören wir auf mit dem Nörgeln, schließlich sind wir hier nicht im Internet!

Algorithmen sind Verstärker

Ausgehend von ihrem ersten Buch unterstreicht Brodnig noch einmal den „Enthemmungseffekt“ im Netz, der tendenziell auf uns alle wirkt: Wir werden grob und äußern Dinge, die wir „kaum jemanden direkt ins Gesicht sagen würden“. Die nonverbale Seite der Kommunikation ist nicht vorhanden, und dass wir unser Gegenüber verletzen, das sehen wir nicht sofort.

Das führt nicht unbedingt dazu, dass wir allesamt zu Sadisten werden, aber dass viele Leute die sadistische Seite menschlicher Existenz rauslassen, während sie das in der realen Welt (angesichts der negativen Sanktionen, die damit verbunden wären) eher unterlassen würden.

Zugleich erhält jede radikale, extreme oder auch nur verschrobene Auffassung im Netz sofort Applaus und damit



Ingrid Brodnig:
Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können.
Brandstätter Verlag
230 S., € 17,90



Für nicht wenige gilt: Ihr seid ja ganz nett, aber online werdet ihr zu Monstern

ROBERT MISIK

Robert Misik
ist Journalist und Sachbuchautor, schreibt regelmäßig für den *Falter* und betreibt die Seite www.misik.at

Bestätigung – selbst 20 Irre zwischen Bodensee und Neusiedler See, die sich normalerweise nie begegnen, können sich so gegenseitig mit ihren Ansichten aufpeitschen. Zustimmung und Bestätigung etabliert in solchen Situationen oft einen fatalen Aufschaukelungszusammenhang.

Im Netz bewegen wir uns ganz bewusst zunehmend in solchen „Echoräumen“, in denen man nur Bestätigung für das erfährt, was man ohnehin schon denkt. Diese Tatsache wird durch Technologie noch bestärkt – etwa mittels Algorithmen der sozialen Netzwerke, die uns primär das zeigen, von dem sie glauben, dass es uns gefällt.

Deswegen spricht Ingrid Brodnig „von einer Mischung aus technischen und menschlichen Faktoren, die die Polarisierung im Internet antreibt: Es sind zum einen Menschen, die bei emotionalen Wortmeldungen eher auf den ‚Gefällt mir‘-Button drücken, aber dann kommt auch noch die Technik in Form des Algorithmus zum Einsatz, der diese affektiven Äußerungen stärker hervorhebt.“

Ansteckender Hass

Eine beliebte These lautet, dass der Verdross und der Hass, die ohnehin vorhanden seien, im Internet nur sichtbar würden und diese Sichtbarkeit sogar irgendeine positive Wirkung habe. Brodnig wendet sich entschieden gegen diese These, denn der Hass habe „ansteckende Wirkung“. Menschen, die jeden Tag mit 20 Falschmeldungen bombardiert werden, in denen es heißt, dass etwa Flüchtlinge Frauen vergewaltigen, Großmütter vermöbeln oder Kinder essen, verfallen in eine Stimmung, die sie nicht so ohne weiteres „vorher auch hatten“.

Brodnig beginnt ihr Buch mit der Anekdote eines Gesprächs mit einer sogenannten „besorgten Bürgerin“, die sich vor einigen Jahren überhaupt noch nicht für Politik interessiert hat und sich jetzt aber nur mehr auf den Pseudomedien von Pegida, Anti-Islam-Blogs und ähnlichen Seiten herumtreibt. Ihr Hass wird nicht bloß „sichtbar“, es gäbe ihn ohne das Desinformationsbombardement im Internet schlichtweg nicht.

Trotz allem glaubt Brodnig, dass die Netzkultur zivilisierbar ist. Bleibe sachlich, vergelte Hass mit Höflichkeit, und wenn das nicht wirkt, zeige die Verhetzer an – diese und viele andere Ratschläge erteilt sie in den Schlusskapiteln.

An einer Stelle zitiert sie die deutsche TV-Moderatorin Dunja Hayali mit der Frage: „Glaubt eigentlich irgendjemand, dass das irgendetwas bringt, dieser ganze Hass?“ Der Subtext der Frage ist natürlich: Kein vernünftiger Mensch kann so etwas glauben.

Ich fürchte, dass die Frage damit nicht erledigt ist. Denn das Verstörende ist: Ja, es glaubt natürlich irgendjemand, dass dieser Hass etwas bringt. Und es sind nicht wenige. Und die technikbasierte Struktur der Netzkommunikation begünstigt es nicht gerade, ihnen mit dem Hinweis auf die Vernunft beizukommen. **F**

Die verlorene Glaubwürdigkeit der Medien

Der Journalismus kranke am **Mainstream**, meint der deutsche Journalismusforscher Uwe Krüger. Er warnt vor den Folgen

REZENSION:
BENEDIKT NARODOSLAWSKY

Die Verschwörungstheorie der Chemtrails (Flugzeug-Kondensstreifen, mit denen das Militär angeblich die Bevölkerung schädigen will) ist mittlerweile so weit verbreitet, dass FPÖ-Bundespräsidentenwahlkandidat Norbert Hofer im Parlament Anfragen dazu einbrachte. Die Impfgegner haben im Netz Hochkonjunktur. Rechte Propagandaseiten, die gegen Flüchtlinge hetzen, sprießen aus dem Boden.

Die Gegenöffentlichkeit wächst. Leser wenden sich von klassischen Medien ab und informieren sich lieber auf dubiosen Nachrichtenkanälen. Wie konnte es dazu kommen?

Uwe Krüger forscht in der Abteilung Journalistik an der Universität Leipzig und gibt in seinem Buch „Mainstream“ mögliche Antworten darauf, warum Menschen das Vertrauen in klassische Medien verloren haben. Er kommt dabei zu interessanten Schlüssen.

Da wäre zunächst der offensichtliche: Verantwortlich sei der ökonomische Druck. Der Anzeigenmarkt erodiere, Verlage bauen Stellen ab und dünnen Redaktionen aus. Freie Journalisten zählen längst zum Prekariat. Weniger Redakteure müssen mehr leisten, ihnen fehlt immer öfter die Zeit für Recherche und eigene Geschichten. Eine Studie, die die Meldungen von sechs

Landesdiensten der Nachrichtenagenturen dpa untersuchte, kam zum Schluss, dass „nur zwei Prozent der Texte vollkommen selbst recherchierte und angestoßene Initiativen fern der Termin-Berichterstattung“ waren.

Soll heißen: Den Takt und das Themensetting geben mittlerweile PR-Redaktionen und Parteistrategen vor. Das führt wiederum dazu, dass viele Medien über dasselbe berichten. Verstärkt wird dieser Effekt, weil kleine Blätter sich an großen Leitmedien wie dem *Spiegel* und der *Süddeutschen Zeitung* orientieren – die sich wiederum von internationalen Leitmedien wie der *New York Times* beeinflussen lassen.

Nicht nur thematisch, auch inhaltlich sind manche Medien kaum mehr voneinander zu unterscheiden. Das mag auch einen systemischen Hintergrund haben. Denn die Clique der Journalisten ist homogen. Krüger ordnet sie im „liberal-intellektuellen Milieu“ ein.

Untersuchungen zeigen, dass die meisten Journalisten Eltern in sicheren Berufen ohne Existenzängste hatten. Arbeiterkinder sind in der Branche die Ausnahme. Journalisten bilden also nicht die Bevölkerung ab. Das Vertrauen vieler Menschen schwindet auch deshalb, weil Medien zu selten über Probleme aus anderen Lebenswelten berichten.

Krüger macht dies an der aktuellen Flüchtlingskrise fest. In guter Absicht hätten Redakteure wohlwollend über Flücht-

linge berichtet, um Fremdenfeindlichkeit nicht aufkommen zu lassen. Allerdings hätten sie dabei den Eindruck erweckt, Leser erziehen anstatt informieren zu wollen. Kritische Aspekte seien lang ausgeblendet worden. „Ein erwünschtes Meinungsklima herzustellen gehört ganz sicher nicht zu den Aufgaben von Journalisten“, kritisiert Krüger.

Dies meint der Autor auch in Bezug auf die herrschende Klasse. Denn in den großen Fragen würden die meisten Medien stets auf die Linie der Regierung und Elite einschwenken. Beispiel Griechenland-Krise: Damals hätten deutsche Medien die griechische Position einfach ignoriert. Die Leitmedien befanden sich auf Regierungskurs.

Oder auch: der Ukraine-Krieg. Als russische Streitkräfte ein Passagierflugzeug über der Ukraine abschossen, hagelte es tagelang Kritik an Russland. Als ein Kampfpilot der USA versehentlich ein afghanisches Spital von Ärzten ohne Grenzen in die Luft jagte, wurde das als Nebensache kleingeredet. Die Journalisten würden mit zweierlei Maß messen. Es gebe Gut und Böse, aber kein Dazwischen.

Erschreckend wird Krügers Buch, wenn er zeigt, wie stark Journalisten deutscher Leitmedien mit der wirtschaftlichen und politischen Elite vernetzt sind. Krüger analysiert dabei die deutsche Medienlandschaft. Seine Thesen sind aber wohl auch für die österreichische gültig.



Uwe Krüger: **Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen.** C.H. Beck, 167 S., € 15,40

Wir rechnen uns immer besser aus

Big Data: Wie uns große Datenmengen berechenbar machen. Und wie wir zu Komplizen unserer Berechenbarkeit werden

REZENSION:
ARMIN THURNHER

Lies keine Oden, mein Sohn, lies die Fahrpläne: / sie sind genauer“, sagte der alte Enzensberger zu seinem Sohn Hans Magnus. Der zitierte Satz, halb ernst, halb ironisch, stammt aus einem Gedicht. Heutzutage müsste es heißen: Lies keine Essayisten, lies Mathematiker, die sind genauer.

Im Zeitalter der großen Daten und der Digitalisierung tut man als Autor gut daran, Mathematiker zu sein oder zumindest mathematische Kenntnisse zu haben, sonst ist man bald kein Autor mehr.

Der US-Amerikaner Christian Rudder begründete nach seinem Mathematikstudium in Harvard mit einem Kollegen einen Internet-Partnersuchdienst namens OkCupid.

Rudder hat für die neue Lage das Wort *Dataclism* geprägt, was etwa so viel bedeuten soll wie einen Abgrund, in den wir datenerfassten Menschen hineingesogen werden. Er selbst allerdings gibt gleich zu Beginn zu Protokoll, er habe nie ein Online-Date gehabt, und zu twittern sei ihm peinlich. Er wolle mit seinem Buch auch keine Kunden für seine Firma werben, sondern uns, sein Publikum, nur dazu anregen, über uns selbst nachzudenken.

Dabei geht er nicht besonders tief. Im Wesentlichen beschränkt er sich auf das Datenmaterial, das ihm durch die Tätigkeit seiner Agentur zur Verfügung steht. Die Daten sind allerdings überwältigend und auch von soziologischem Interesse.

So kann Rudder aufgrund der Präferenzen seiner Kunden Rassismus nachweisen. Schwarze Kundschaft wird einfach weniger nachgefragt, ohne dass es eine andere Begründung dafür gäbe als die Hautfarbe. Das lässt sich nun statistisch nachweisen. Wird ein Schwarzer gewählt, zum Beispiel zum Präsidenten der USA, steigt automatisch die Nachfrage nach rassistischen Witzen.

In einer Partneragentur – oder in jedem beliebigen Netz-Business – müsse man Menschen begreifen, „wie ein Chemiker vielleicht die umherwirbelnden Moleküle seiner Tinktur begreift“ und, wie Rudder hinzufügt, „zu lieben beginnt“.

Das mit der Liebe hängt zwar mit Rudders Vermittlungstätigkeit zusammen, aber Liebe ist auch nur ein Geschäft, und der Mensch mit seinen Äußerungen muss formalisiert werden, sonst ist er nicht zu gebrauchen. Hat man ihn formalisiert, kann man auch die Entwicklung von politischen Bewegungen voraussagen.

Die Software Condor stellt fest, ob in die Online-Dialoge von Protestbewegungen ne-

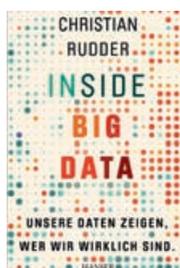
gative Wörter einfließen, etwa „Hass“, „nie“, „lahm“ oder „nicht“. Ist das der Fall, kann man das Kreuz über die Bewegung machen. Oh, Occupy, seufzt der Autor.

Jede menschliche Äußerung muss so hergerichtet werden, das zeigt Rudders Buch anschaulich, dass sie für eine Maschine verständlich ist. Sie muss in einen Algorithmus verwandelt werden können. Erst dann taugt die Information als Geschäftsgrundlage. Wie sehr das Verständnis menschlichen Handelns durch diese Zielsetzung präformiert wird, das kommt bei Rudder nicht zur Sprache.

Dafür serviert er uns auf seiner Reise durch die Eigenheiten des Netzes manche Platttheit („ich weiß, dass manche Menschen prinzipiell nur gute Bücher lesen“).

Wir erfahren einiges über die Art, wie wir uns ausspionieren lassen und dabei noch freiwillig mitwirken, und am Ende, wenn das Ding endlich beim Namen genannt wird, nämlich Sozialphysik, also die Kunst, Gesellschaft auf digitale Weise zu formen, bekommen wir auf dieses harte Brot nur etwas fad schmeckende humanistische Zuversicht draufgeschmiert, nämlich, dass wir „die Daten in etwas Gutes, Konkretes und Menschliches verwandeln können“.

Hoffen wir das Beste! Und hoffen wir auf die moralische Kraft des guten Willens.



Christian Rudder: **Inside Big Data.** Hanser, 304 S., € 25,60



blog.arbeit-wirtschaft.at

blog.arbeit-wirtschaft.at leuchtet Hintergründe aus, stößt Debatten an und hält mit Fakten dem Mainstream kritisch gegen. Der A&W-Blog bezieht klar Position: Auf Seiten der arbeitenden Menschen. Engagierte Leute aus Wissenschaft, interessierter Öffentlichkeit und ArbeitnehmerInnenvertretung bringen kurze Analysen und klare Argumente auf den Blog.

 blog.arbeit-wirtschaft.at  twitter.com/AundW  facebook.com/arbeit.wirtschaft

Arbeit & Wirtschaft

Herausgegeben von AK und ÖGB

www.arbeit-wirtschaft.at