

Thomas Gegenhuber

Eine Vision für das digitale Europa

Von der widerspenstigen Zähmung der Plattformen zu einem digitalen Humanismus

FÜR EIN BESSERES MORGEN

**FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG**

FÜR EIN BESSERES MORGEN

Ein Projekt der Friedrich-Ebert-Stiftung 2018–2020

Wachsende soziale Ungleichheit, gesellschaftliche Polarisierung, Migration und Integration, die Klimakrise, Digitalisierung und Globalisierung, die ungewisse Zukunft der Europäischen Union – Deutschland steht vor tief greifenden Herausforderungen.

Auf diese muss die Soziale Demokratie überzeugende, fortschrittliche und zukunftsweisende Antworten geben. Mit dem Projekt *Für ein besseres Morgen* entwickelt die Friedrich-Ebert-Stiftung Vorschläge und Positionen für sechs zentrale Politikfelder:

- Demokratie
- Europa
- Digitalisierung
- Nachhaltigkeit
- Gleichstellung
- Integration

Gesamtkoordination

Dr. Andrä Gärber leitet die Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung.

Projektleitung

Severin Schmidt ist Referent für Sozialpolitik in der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik.

Kommunikation

Johannes Damian ist Referent für strategische Kommunikation dieses Projekts im Referat Kommunikation und Grundsatzfragen.

Der Autor

Prof. Dr. Thomas Gegenhuber ist Juniorprofessor für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt digitale Transformation an der Leuphana Universität Lüneburg.

Für diese Publikation ist in der FES verantwortlich

Stefanie Moser, Referentin für Gewerkschaften, Mitbestimmung und Digitalisierung in der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung.



Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter:
www.fes.de/fuer-ein-besseres-morgen

Thomas Gegenhuber

Eine Vision für das digitale Europa

Von der widerspenstigen Zähmung der Plattformen zu einem digitalen Humanismus

	Vorwort	3
1.	EINFÜHRUNG	5
2.	ZÄHMUNG DER UNTERSCHIEDLICHEN PLATTFORMARTEN	6
	2.1 Marktplätze für Güter	6
	2.2 Marktplätze für Serviceleistungen	7
	2.3 Plattformen, die Überschusskapazitäten vermitteln	7
	2.4 Soziale Netzwerke und Informationsplattformen	8
	2.5 Plattform-Leviathane	9
3.	VOM REAGIEREN ZUM AGIEREN	11
	Literaturverzeichnis	14

Vorwort

Digitale Plattformen sind ein fester Bestandteil unseres Alltags. Wir kaufen bei Amazon, wir pflegen Freundschaften über Facebook, Instagram oder TikTok, wir doodlen und googlen im Büro und in der Freizeit. Plattformen sind zu Dreh- und Angelpunkten des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens geworden. Ihr Einfluss beschränkt sich nicht auf die Digitalwirtschaft, Plattformen ordnen auch traditionelle Märkte und Branchen komplett neu.

Mit dem Projekt „Für ein besseres Morgen“ möchte die Friedrich-Ebert-Stiftung progressive Antworten auf die großen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft formulieren. Eine zentrale Frage für uns ist dabei: Wie können wir den digitalen Wandel zum Wohle aller nutzen?

Welche Antworten die Politik auf die Plattformisierung der Wirtschaft findet, wird dabei eine zentrale Rolle spielen. Der Siegeszug der Plattformökonomie stellt Europa vor eine enorme Herausforderung. Und das liegt nicht primär darin begründet, dass die Leitunternehmen dieser „Industrie“ fast ausschließlich in den USA und China beheimatet sind. Die Herausforderung liegt vor allem im Wesen des Plattformkapitalismus selbst, insbesondere in der mit diesem Wirtschaftsmodell verbundenen Konzentration wirtschaftlicher Macht. Die Konzentration von Marktmacht ist ein Strukturmerkmal der Plattformökonomie. Je mehr private und/oder gewerbliche Nutzer_innen eine Plattform hat, umso attraktiver wird sie für weitere Kund_innen. „The winner takes it all“ lautet die Maxime. Ihre Position als Intermediäre an den Märkten sichert Plattformen zudem den Zugang zu riesigen Datenmengen, was den Unternehmen nicht nur erlaubt, ihre Angebote zu optimieren, sondern den Tech-Konzernen auch einen Vorsprung bei anderen Zukunftstechnologien, wie etwa Künstlicher Intelligenz (KI), verschafft.

Das Unbehagen der Menschen gegenüber der Machtfülle der Tech-Konzerne und ihrer Plattformen wächst. In einer von der Friedrich-Ebert-Stiftung 2019 in Auftrag gegebenen Umfrage sprachen sich vier von fünf der in Deutschland Befragten dafür aus, dass die Politik Unternehmen wie Amazon, Facebook, Google und Co. deutlichere Grenzen setzt (Zeit für ein Update 2019). Aber wie kann Europa die Plattformen zähmen? Die vorliegende Studie von Thomas Gegenhuber zeigt, dass es

hierfür nicht den einen Königsweg gibt, sondern dass es bei unterschiedlichen Plattformarten auch unterschiedlicher Regulierungsstrategien und -ansätze bedarf. Um die Plattformökonomie zu zähmen, muss die europäische Politik entschlossen, gleichzeitig aber differenziert und abgestimmt vorgehen.

Die Digitalisierung bietet großes Potenzial dafür, das europäische Projekt der Humanisierung von Wirtschaft und Gesellschaft im 21. Jahrhundert fortzuschreiben. Um dieses Potenzial zu realisieren, ist die Regulierung der Plattformen ein wichtiger Schritt. Der Gestaltungsauftrag an die Politik reicht jedoch darüber hinaus. Wenn das oft bediente Leitbild einer Digitalisierung, bei der der „Mensch im Mittelpunkt“ steht, Wirklichkeit werden soll, dann muss Europa die Digitalisierung in den Dienst von Werten wie Gleichheit, Demokratie und Gerechtigkeit stellen. Thomas Gegenhuber skizziert, welche politischen Strategien und Ansätze Europa auf diesem Pfad voranbringen können. Erste Bausteine für einen digitalen Humanismus sind bereits vorhanden.

Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre.

STEFANIE MOSER

Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik
der Friedrich-Ebert-Stiftung

1.

EINFÜHRUNG¹

Seit 1979 wird auf der ARS Electronica Konferenz in Linz die digitale Revolution aus einer künstlerischen, technologischen und gesellschaftlichen Perspektive aufgearbeitet. Die Konferenz bietet ein interdisziplinäres Spiegelbild der derzeitigen Debatte, die in Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kunst geführt wird. In den künstlerischen Projekten zeigt sich mittlerweile deutlich das Unbehagen über die Machtfülle von Amazon, Google, Apple und Co. Zum Beispiel kritisierte das Projekt Bitsoil, dass die Wertschöpfung aus Daten nur in der Hand einiger großer Konzerne liegt, und demonstrierte in einer interaktiven Installation einen alternativen, Blockchain-basierten (Um-)Verteilungsmechanismus (Prix Ars 2018). Die Machtfülle der großen Tech-Konzerne weckt zunehmend das Bedürfnis nach Regulierung.

Um das Phänomen der Tech-Giganten zu verstehen und die Entwicklung politisch steuern zu können, muss man zunächst erfassen, was hinter dem Erfolg und der Machtfülle dieser Konzerne steht. Eine zentrale Rolle spielt hierbei die Organisationsform dieser Unternehmen als digitale Plattformen.² Kenney und Zysman (2016) stellen dazu folgende provokante These auf: Wenn die dominante Organisationsform des 20. Jahrhunderts die industriell-bürokratische Organisation war, wird das 21. Jahrhundert von Plattformen dominiert (siehe auch Lobo 2014; Pasquale 2016). Unterstützung erfährt diese These durch die Entwicklungen auf den Kapitalmärkten. Inves-

tor_innen sehen Wachstumspotenzial vor allem in Unternehmen, die sich als Plattform organisieren. Unter den zehn wertvollsten Unternehmen der Gegenwart befinden sich fünf US-amerikanische (Microsoft, Apple, Amazon, Alphabet, Facebook) und zwei chinesische Unternehmen (Alibaba, Tencent) bei denen das Plattformgeschäftmodell ein zentraler Bestandteil des Unternehmens oder zumindest eines wichtigen Teilbereichs ist (PwC 2019).³

Die aktuellen Debatten der Ars Electronica zeigen jedoch auch, dass die Diskussion nicht bei der Frage der Regulierung der Plattformen stehen bleibt. Neben der Kritik ist es gerade auch Aufgabe der Kunst, alternative Gesellschaftsmodelle zu skizzieren bzw. Inspirationen für diese zu generieren. Unter dem Titel „European Platform for Digital Humanism“ bot die Konferenz 2019 einen Überblick über zahlreiche europäische Initiativen, welche Alternativen zum vorherrschenden Modell des Plattformkapitalismus skizzieren (Ars Electronica 2019). Dazu zählt auch das Projekt „Alias zur digitalen Selbstverteidigung“. Es bietet eine „smarte Schutzhülle“ für Smart-Home-Devices, die nicht nur verhindert, dass Alexa ständig zuhört, sondern Alexa auch proaktiv manipulieren kann (STARTS Prize 2019)⁴. Auch bei der Digital-Capitalism-Konferenz der Friedrich-Ebert-Stiftung im November 2019 war das Bedürfnis nach alternativen Visionen zu spüren. Exemplarisch hervorgehoben sei hier der Abschlussvortrag von Evgeny Morozov, aus dessen Sicht es ungenügend ist, dass die deutsche und europäische Politik lediglich versucht, bestehende Institutionen zu verteidigen. Ziel müsste es eher sein, Vorstellungen von einer anderen Zukunft zu entwickeln, die zum Aufbau neuer Institutionen führen und proaktiv den digitalen Kapitalismus mitgestalten. Sinngemäß fragte Morozov: „Die Institution Bibliothek wurde im 20. Jahrhundert aufgebaut, um Bildung unabhängig von der sozialen Klasse verfügbar zu machen. Was ist das Äquivalent im 21. Jahrhundert zur Bibliothek?“ (Morozov 2019). Angriff ist also die beste Verteidigung.

¹ Ich möchte mich bei Erik Schäfer (gfa public), Stefanie Moser (FES), Alexander Fanta und Stefanie Altenhofer sowie den Teilnehmer_innen des Momentum-Kongresses in Hallstatt (Track #5 geleitet von Astrid Mager und Michael Seeman) und der LOST-Gruppe (Leuphana Organization Studies Group) für kritisches und konstruktives Feedback auf frühere Versionen dieses Artikels herzlich bedanken.

² Eine Plattform ist eine Organisationsform, die zwischen zwei oder mehreren Akteur_innen den Austausch von Information, Gütern oder Dienstleistungen vermittelt (Baldwin 2017; Parker et al. 2016). Plattformen nutzen die Vorteile von digitalen Technologien (z. B. niedrige Kommunikationskosten und eine Kostenstruktur von digitalen Gütern, die, im Gegensatz zu traditionellen Gütern, quasi bei null liegt), Daten (z. B. Sammlung und Verwertung von Daten zur Plattformoptimierung oder zum Platzieren von Werbung), Netzwerkeffekte (d. h. die selbstverstärkenden Effekte zwischen und innerhalb Angebots- und Nachfrageseite, die dazu führen, dass die Attraktivität von Plattformen mit der Anzahl ihrer User_innen steigt), der technologischen Infrastruktur (z. B. Smartphone und mobile Netze) sowie dem vorhandenen Risikokapital zur Finanzierung eines raschen Wachstums mit dem Ziel, eine Monopolstellung im Markt zu erlangen (Bauer/Gegenhuber 2015, 2017; Evans/Schmalensee 2016; Srnicek 2017; Sundararajan 2017).

³ Dieser Blick in die Zukunft spiegelt sich auch in den F&E-Investitionen wider, wobei hier noch führende Unternehmen der „Old Economy“ zu finden sind: Alphabet, Microsoft und Google sind in den Top 10, wobei Alphabet mit 13,3 Milliarden Euro für F&E den Volkswagen-Konzern auf den dritten Platz verwiesen hat (EU JRC 2018).

⁴ Diese und andere Projekte wurden zumeist auch von der Europäischen Union finanziert, wie etwa dem STARTS-Prize oder den Horizon-2020-Programmen.

2.

ZÄHMUNG DER UNTERSCHIEDLICHEN PLATTFORMARTEN

Digitale Plattformen begeistern die Massen. Das ist durchaus nachvollziehbar. Plattformen verändern das, was Akteur_innen als wünschenswerte und angemessene Art und Weise wahrnehmen, wie die Erstellung, der Handel und Konsum von Gütern und Dienstleistungen organisiert sein sollen. Gleichzeitig registrieren zahlreiche Akteur_innen in verschiedenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Domänen dieses Phänomen mit Irritation oder empfinden es gar als Störung der sozialen Ordnung (Hinings et al. 2019). Der Ruf nach Regulierung wird aber auch laut, weil manche Plattformen bestehende Regeln brechen oder im rechtsfreien Graubereich operieren: Über ignoriert jahrelang die Regulierung in der Personenbeförderung, Amazon und Google nutzen Informationsasymmetrien sowie dominierende Marktpositionen aus, um ihre Position zu stärken oder die schrankenlose Vermietung über Airbnb erhöht den Druck auf den lokalen Wohnungsmarkt.⁵ Die EU und Deutschland haben die Strategie der Regulierung als erste Reaktion auf das Plattformphänomen gewählt (z. B. DSGVO, Verhängung von nennenswerten Strafen durch die EU-Kommission). Damit wird eine wichtige Lücke gefüllt, da die USA ein Laissez-faire-Regime verfolgen.⁶ In der politischen Debatte lautet die explizite oder implizite Fragestellung: Wie können wir die digitalen Plattformen zähmen (vgl. Dachwitz et al. 2018; Pasquale 2018; Krisch/Plank 2018)? Aus dieser Frage heraus ergeben sich zwei Handlungsfelder: (1) Inwieweit verletzen die Praktiken der Plattformen bestehende Regeln? (2) Braucht es neue Instrumentarien, um Plattformen zu regulieren?

⁵ Das Aufkommen neuer Organisationsformen und ihre effektive Regulierung passiert immer mit zeitlicher Verzögerung. Diese Verzögerung schafft Raum für Experimente mit potenziellen Innovationen. Jedoch wird in einer digitalen Ökonomie die zeitliche Verzögerung größer. Während Start-ups von der immer höheren Geschwindigkeit bei digitalen Innovationen profitieren, bleibt das institutionelle Set-up aufseiten der staatlichen Akteure bisher weitestgehend unberührt. Und auch wenn die Skepsis berechtigt ist, kann man aus einer rein betriebswirtschaftlichen Perspektive den Plattformen für deren Innovationsleistungen und Streben nach Exzellenz durchaus Respekt zollen. Nehmen wir als Beispiel Uber, das durch seine Geschäftspraktiken unter Beschuss steht. Trotz aller Kritik hat diese Plattform maßgeblich dazu beigetragen, die Auftragsabwicklung und Bestellung von Taxiservices mithilfe einer App zu modernisieren.

⁶ 48 US-Bundesstaaten haben im September 2019 angekündigt, sich in einem Kartellrechtsverfahren gegen Google zusammenzuschließen. Nur kurze Zeit später diskutierte Kalifornien ein neues Gesetz, das Gig-Economy-Plattformen zwingen soll, Mitarbeiter_innen wie Angestellte zu behandeln. Nichtsdestotrotz ist festzuhalten, dass die USA jahrelang den Plattformen freie Hand gelassen haben.

Um beide Fragen sinnvoll zu beantworten, braucht es Klarheit über das zu regelnde Phänomen. Ein Problem in politischen Diskussionen besteht darin, dass der Begriff „Plattform“ sehr breit gefasst ist. Aus diesem Grund wird im Folgenden anhand einer Typologie zwischen verschiedenen Arten von Plattformen unterschieden, um Klarheit über die zu lösenden Problematiken und darauf aufbauende Lösungsansätze zu schaffen. Im Grunde gliedert sich die Typologie entlang der ausgetauschten Phänomene⁷: Plattformen für (2.1) den Austausch von Gütern, (2.2) den Handel mit Serviceleistungen, (2.3) das Anbieten von Überschusskapazitäten, (2.4) den Austausch von Informationen und schließlich (2.5) Plattformen für Plattformen, sogenannte „Leviathane“.⁸

2.1 MARKTPLÄTZE FÜR GÜTER

Plattformen wie eBay und Amazon verbinden Verkäufer_innen und Käufer_innen auf deren Plattformen. Das Verhältnis zwischen Marktplätzen und deren Teilnehmer_innen ist dabei von Informations- und Machtasymmetrien gekennzeichnet (vgl. EU Kommission 2018; Pasquale 2016). Bei Amazon wird dies besonders sichtbar, wenn die Plattform ihre Doppelrolle als Marktorganisatorin einerseits und als Anbieterin eigener Produkte andererseits ausnutzt. Da Amazon über die Daten aller verkauften Produkte verfügt, kann das Unternehmen quasi ohne Risiko entscheiden, für welche Produkte eigene Angebote erzeugt werden, und diese prominent auf der Plattform zu den Suchanfragen positionieren (Sitaraman 2018). Zwar bietet Amazon auf kurze Sicht den Händler_innen einen niedrighschwelligem Zugang zu einem internationalen Absatzmarkt, langfristig bedeutet die Abhängigkeit von Amazon aber ein hohes Risiko (Cutolo/Kenney 2019).⁹ Generell besteht

⁷ Aufgrund der Plattformvielfalt würde eine vollständige Bearbeitung den Rahmen dieses Beitrags sprengen, daher werde ich für jede Kategorie nur exemplarisch Handlungsfelder für ordnungspolitisches Handeln aufzeigen. Für einen alternativen regulatorischen Ansatz, der sich den Gemeinsamkeiten der Plattformen bedient, siehe das Projekt <https://plattformregulation.eu>, das von Thomas Lohninger vorangetrieben wird.

⁸ Auf dem Begriff der Leviathane wird noch später im Detail eingegangen. In dieser Kategorie lassen sich übergreifende Plattformen verorten, die mehrere Plattfortmtypen in sich vereinen.

⁹ Amazons Vorgehen hat eine neue Qualität, obwohl die Grundidee nicht neu ist: Auch Supermärkte bedienen sich der Daten über Verkäufe, um zu entscheiden, in welchen Bereichen Eigenmarken angeboten werden sollen.

die regulatorische Herausforderung bei diesem Plattfortmtypus darin, für einen fairen Wettbewerb, die Wahrung der Rechte von Konsument_innen und Händler_innen sowie gerechte Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu sorgen, insbesondere in den Verteilzentren und bei der Auslieferung (Cutolo/Kenney 2019; Krähling 2019). Um etwa die Herausforderung eines fairen Wettbewerbs zu meistern, könnte sich die EU an Indien orientieren: Die dort bestehenden Regeln zwingen Amazon weitestgehend sich zu entscheiden: Entweder man ist Marktorganisator oder Händler (Del Rey 2019).

2.2 MARKTPLÄTZE FÜR SERVICELEISTUNGEN

Diese Plattformen (z. B. Uber, 99designs) bieten klar definierte bzw. eingegrenzte Serviceleistungen an. Kernfragen sind, ob es sich tatsächlich um Vermittlungsservices handelt (oder doch um Quasi-Anstellungsverhältnisse) und ob angemessene Arbeitsbedingungen, ordentliche Löhne und eine ausreichende soziale Absicherung geboten werden. Aus regulatorischer Sicht wird unterschieden in (1) Plattformen, deren Netzwerkeffekte an einen lokalen Raum gebunden sind (etwa lokale Mobilitätsplattformen wie Uber), und (2) solchen, die de facto globale Arbeitsmärkte für Serviceleistungen schaffen (z.B. 99designs, Upwork) (Lücking 2019; Schmidt 2017).

1. Plattformen, deren Aktivitäten sich im physischen Raum manifestieren, sind einfacher zu fassen – sowohl im Aufstellen von Regeln als auch bei ihrer Kontrolle. In dieser Kategorie hat Uber erfahren, dass Legitimität in den Augen der Kund_innen nicht ausreicht, um als regulärer Akteur im Bereich von Taxiservices zu gelten. Dass die Taxibranche gegen Uber protestiert, ist durchaus nachvollziehbar: Durch das jahrelange Ignorieren von Regulierungen verschaffte sich Uber einen Wettbewerbsvorteil; zahlreiche Städte versuchen jetzt, Uber mittels lokaler Regulierung und Vorgaben Einhaltung zu gebieten (Jacobs 2018; Pasquale 2016). Gleichzeitig muss sich die Taxibranche die Kritik gefallen lassen, Innovationen in ihrem Feld verschlafen zu haben. Die regulatorische Aufgabe besteht darin, die Interessen der Kund_innen nach zeitgemäßem Service mit jenen der Taxifahrer_innen nach fairem Einkommen und Mitbestimmungsmöglichkeiten zu verbinden.¹⁰
2. In der räumlich ungebundenen Plattfortmarbeit ist die regulatorische Aufgabe weit komplexer. Regulatorische Überlegungen bringen hier ein Mindestentgelt für Selbstständige, Modelle für soziale Absicherung (wie etwa eine digitale soziale Sicherung, vgl. Weber 2019, aber auch Benner 2015; Pasquale 2016; Risak/Dullinger 2018) und eine neue Definition des Betriebsbegriffs in die Diskussion (vgl. Däubler/Klebe 2015; DGB 2019a, 2019b; Weber 2019).

In dieser Kategorie sind auch neue „soft approaches“ hervorzuheben. Die IG Metall hat gemeinsam mit jenen Plattformen, die einen „code of conduct“ (Verhaltenskodex) für Mindeststandards unterzeichnet haben, eine Schiedsstelle eingerichtet (bestehend aus Vertreter_innen der Crowd, der Gewerkschaft, der Plattformen und der Industrie). Diese Schiedsstelle verhandelt Beschwerden von Crowdworker_innen und sucht einvernehmliche Lösungen (Ombudsstelle Crowdwork 2019).

Insgesamt ist bei den Serviceplattformen auch eine Bringschuld vonseiten staatlicher Akteure und Verbände zu konstatieren, damit auch bei neuen Geschäftsmodellen bestehende Standards eingehalten werden können. Ein Beispiel: Die Plattform MyHammer vermittelt zwischen Kund_innen und Handwerker_innen. Im Einklang mit der Handwerksordnung prüft MyHammer, ob die Handwerker_innen für ihre angebotenen Tätigkeiten die notwendigen Zulassungen haben. Anstatt sich auf ein zentrales öffentliches und digitales Register, das die Mitglieder aller Handwerkskammern erfasst, zurückgreifen zu können, muss MyHammer die hochgeladenen Scans der Handwerker_innen prüfen. Effiziente und effektive Kontrolle sieht anders aus.

2.3 PLATTFORMEN, DIE ÜBERSCHUSSKAPAZITÄTEN VERMITTELN

Die Plattformen in dieser Kategorie werden üblicherweise als Sharing-Economy-Plattformen bezeichnet. Das Modell bei den kommerziell orientierten Plattformen ist, dass Bürger_innen ihre ungenutzten Ressourcen, etwa bei Wohnraum, an Dritte vermieten. Beispiele für solche Plattformen sind Airbnb, Blablacar¹¹ oder Musictraveler. Da diese Plattformen üblicherweise an den physischen Raum gebunden sind, ist eine effektive Regulierung möglich. Die Leitfragen für regulatorisches Vorgehen in dieser Kategorie sind: Handelt es sich tatsächlich um Sharing-Angebote privater Bürger_innen oder um kommerzielle Betreiber_innen, die unter dem Deckmantel des Sharings mit dem Ziel tätig sind, bestehende Regeln wie etwa steuer- und abgabenrechtliche Regelungen zu umschiffen (Murillo et al. 2017; Wegman/Jiao 2017)? Es gilt zu gewährleisten, dass tatsächlich nur Überschusskapazitäten vermittelt werden und die Sharing-Effekte nachhaltig sind. Nehmen wir als Beispiel Airbnb: Kritiker_innen führen ins Feld, dass sich kommerzielle Betreiber_innen auf der Plattform ausbreiten, dass in vielen Fällen Tourismusabgaben nicht bezahlt und dem Wohnungsmarkt Wohnungen entzogen werden (Wachsmuth et al. 2018). Hier geht die regulatorische Praxis bereits in die richtige Richtung: Je nach Stadt müssen Vermieter_innen ihre Wohnungen anmelden, Ortstaxe zahlen und die Dauer und Art der Vermietung ist reglementiert (Brauns 2016; Gurrán/Phibbs 2017). So können Schatten-Hotel-Betreiber_innen aus dem Markt entfernt werden und gleichzeitig können Bürger_innen ihre unge-

¹⁰ Der große Umbruch in dieser Industrie steht angesichts Konzepten des autonomen Fahrens erst an. Jedoch zeigt die Arbeit von Nunes und Hernandez (2019), dass ein autonomer Taxiservice nicht unbedingt kostengünstiger ist. Es kann also durchaus sein, dass die Taxifahrer_innen gekommen sind, um zu bleiben.

¹¹ BlaBlaCar hat seinen Service erweitert um Busfahrten. Dies ist eine typische Strategie von Plattformen: Erst in einer Transaktion eine kritische Größe erreichen und, um zu wachsen, die Größe des Netzwerks und die Wahrnehmung der Marke nutzen, um weitere Arten von Transaktionen anzubieten.

nutzten Kapazitäten verwerten. Allerdings mangelt es der Verwaltung oft an den Ressourcen, um diese Regulierung effektiv zu überprüfen – mitunter auch aufgrund mangelnder Kooperation von Airbnb, wie die Debatte in Wien belegt (Leshinsky/Schatz 2018; die Presse 2019). Auch hier zeigt sich wieder, dass auch Behörden regulatorische Programmierschnittstellen, sogenannte APIs andenken sollten. Zum Beispiel können APIs einen automatischen und standardisierten Austausch bzw. eine entsprechende Abfrage von Informationen ermöglichen und könnten manche Formulare (z. B. Ausfüllen eines Gästeblasses für die Tourismusabgabe) obsolet machen.

Davon unabhängig ist jedoch eines zu beachten: Generell schadet eine Vielfalt von lokalen bzw. nationalen Regulierungen den großen Plattformen weniger als den kleinen. Sind die Regulierung je nach Stadt und Nationalstaat unterschiedlich, kann die Position von großen, weltweiten Plattformen wie Airbnb sogar gestärkt werden, da sie die Ressourcen haben, sich erfolgreich an unterschiedliche lokale Regulierungen anzupassen – ein neues Start-up dagegen nicht.¹²

2.4 SOZIALE NETZWERKE UND INFORMATIONSPLATTFORMEN

Diese Art von Plattformen haben einen maßgeblichen Einfluss auf die Art und Weise, wie wir die Welt und ihre Geschehnisse wahrnehmen, interpretieren, deuten und daran teilhaben (Lomborg 2013; Stalder, 2018). Die meisten dieser Plattformen werden maßgeblich durch Werbung finanziert. Typische Beispiele sind Youtube, Facebook, Instagram, TikTok und Twitter.¹³ Diese Plattformen sammeln und verarbeiten die Beiträge der User_innen und haben eine evaluative Infrastruktur (z. B. User-rating, Aufzeichnen von Nutzerverhalten), um die Inhalte zu bewerten. Die daraus gewonnenen Informationen füttern wiederum jene Algorithmen, die bestimmen, welche Informationen bzw. Inhalte wo und wie für User_innen sichtbar sind und welche Werbungen geschaltet werden. Das Geschäftsmodell dieser Plattformen basiert darauf, dass eine effektive Überwachung der User_innen stattfindet, um die Werbeeinnahmen zu erhöhen (Kornberger 2017; Thompson 2018; Zuboff 2015).

Die regulatorischen Fragen bei diesen Plattformen sind vielfältig. Drei Dimensionen sollen hier hervorgehoben werden: Erstens geht es darum, die Rechte der Nutzer_innen zu stärken. Zum Beispiel betont Facebook, dass es User_innen erlaubt, Kontrolle über ihre Privatsphäre zu haben. Einen Teil der Rohdaten kann man als Benutzer_in runterladen (Martineau 2018). Aber es herrscht Intransparenz darüber, welche Daten Face-

book von welchen Quellen (potenziell von Drittanbieter_innen) über Nutzer_innen verwendet, welchen Status diese Daten haben, welche Werbenden mit welchen Datencharakteristiken welche Nutzerin bzw. welchen Nutzer ins Visier nehmen, und ob bzw. welche Möglichkeiten es gibt, Datenlinks zu löschen bzw. deren Nutzung für Werbung zu verbieten. Auch das Recht, einen Zufallsgenerator für die Darstellung von Werbung zu aktivieren, könnte die Stellung der Nutzer_innen stärken.

Zweitens gilt es, die Rechte der Anbieter_innen von Inhalten zu stärken. Wer sind diese Anbieter_innen? Nehmen wir Youtube als Beispiel einer Plattform, deren Produktion von Inhalten maßgeblich von Solo-Videoproduzent_innen abhängt. Um die Rechte der Solo-Videoproduzent_innen zu stärken, haben die YoutubersUnion und die IG Metall gemeinsame eine Kooperation unter dem Namen Fairtube gegründet, die sich für eine faire und transparente Distribution der Werbeeinnahmen sowie Mitbestimmungsrechte von Youtuber_innen einsetzt (Fairtube 2019). Innovatives gewerkschaftliches Engagement kombiniert mit neuen Regulierungen kann hier Verbesserungen erzielen, indem Plattformen dazu gezwungen werden, auf die Bedürfnisse ihrer Stakeholder_innen einzugehen.

Da diese Plattformen so zentral für Meinungsbildung sind, braucht es, drittens, Governance-Lösungen für die Problemfelder Hate-Speech, sexuelle Belästigungen, Diskriminierungen, Mobbing, Rassismus, Terror-Propaganda, Fake-News sowie gezielte Kampagnen, die darauf abzielen, das Wahlverhalten zu manipulieren.¹⁴ Ein entschlossenes Handeln der Politik ist alleine schon deshalb essenziell, da die Anreizsysteme das organisationale Handeln der Unternehmen bisher auf Gewinn fokussieren. Nehmen wir auch hier Youtube als Beispiel: Das interne Ziel nach Wachstum (durch die Perfektionierung der Algorithmen, die Videos vorschlagen) kombiniert mit der Logik des Geschäftsmodells, das auf Werbung basiert, hat den Boden dafür bereitet, dass das Unternehmen den negativen Effekten der Plattform lange zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt hat (Bergen/Shaw 2019; Nicas 2017). Eine Lösung dieser Fragen ist zweifellos komplex.¹⁵ Betrachtet man das Problem aus strategischer Perspektive und mit dem Ziel, das Primat der Politik in zentralen gesellschaftlichen Fragen zu erhalten bzw. wiederherzustellen, so ist jedoch klar, dass die Entscheidung darüber, was legitime freie Meinungsäußerung ist, in der täglichen Organisation nicht den Plattformen überlassen werden darf. Das „Notice & Takedown“-Prinzip ist weiterhin die beste Grundlage (d. h. Plattformen müssen hochgeladenes rechtswidriges Material löschen, wenn sie darauf hingewiesen werden). Schließlich sollte der Staat über das Recht verfügen, Einsicht in den Einsatz von Algorithmen zu erhalten und im notwendigen Fall eine Änderung anordnen zu können. Im Grunde braucht es also eine Art „Aktienaufsicht“ für soziale

¹² Die Grundidee hinter dem „Digital Single Market“ der Europäischen Union zielt genau darauf ab, möglichst einheitliche Regelungen innerhalb Gesamteuropas zu schaffen. Dies ist ein erstrebenswertes und sinnvolles politisches Ziel und wird auch als Argument gegen nationale Alleingänge in Sachen Regulierungen und Besteuerung von Plattformen ins Feld geführt. Jedoch darf diese Zielsetzung nicht als Verzögerungstaktik eingesetzt werden – bei Untätigkeit und Uneinigkeit können nationale Initiativen Bewegung in Debatten bringen. Gleichzeitig ist es theoretisch auch möglich, durch lokale Regulierungen für lokale Anbieter_innen Raum zu schaffen.

¹³ Wikipedia fällt auch in diese Kategorie, aber diese Plattform basiert auf einem commons-getriebenen Modell und ist daher frei von Werbung.

¹⁴ Probleme wie Fake-News betreffen nicht nur die Plattformen, sondern auch traditionelle Medien, wie eine Untersuchung des Bundestagswahlkampfes 2017 in Deutschland belegt (Sängerlaub et al. 2018). Diese Themen sind auch auf der politischen Agenda der neuen EU-Kommission; es droht jedoch, dass die „Notice & Takedown“-Regelung weiter unter Beschuss kommt (Rudl/Fanta 2019).

¹⁵ Auch existieren Beispiele für korrektes Handeln (etwa die Reaktion von Twitter und Facebook, im Fall von Hongkong gezielte Propaganda-Accounts zu deaktivieren – siehe Paul 2019).

Plattformen. Diese Tätigkeit könnte eine neu zu errichtende europäische Aufsichtsbehörde übernehmen, die über die notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen verfügt, um auf Augenhöhe mit den Plattformen zu interagieren (vgl. Dittrich 2018; Rudl/Fanta 2019).

2.5 PLATTFORM-LEVIATHANE

In dieser Kategorie lassen sich Plattformen verorten, die mehrere Plattfortmtypen in sich vereinen und im Wesentlichen folgende Charakteristiken aufweisen:

- Gemessen an der Anzahl der (koproduzierenden) Konsument_innen bzw. Anbieter_innen zählen sie zu den größten organisierten sozialen Entitäten in der Moderne.
- Sie prägen maßgeblich unseren gesellschaftlichen Alltag und haben de facto einen infrastrukturellen Charakter.
- Sie verfügen über große und heterogene Datenbestände, welche genutzt werden können, um leichter in neue Märkte einzutreten oder bestehende Märkte zu rekonfigurieren.

Der Begriff „Leviathan“ wird hier bewusst verwendet, da diese Metapher für Allmacht steht und in diesem Kontext durchaus gerechtfertigt ist. Das zeigt sich nicht nur an der ökonomischen Dominanz der Plattformen, sondern auch an ihrem Verhalten anderen Akteuren wie z. B. Gewerkschaften oder Regulierungsbehörden gegenüber. Es ist exemplarisch für den Habitus mancher Plattformen, dass sie sich quasi als „Monarchen von technologischen Gnaden“ sehen und alleine die Spielregeln bestimmen wollen (vgl. Nachtwey 2019).

In die Kategorie der Leviathane fallen Alphabet, Amazon und Facebook (inkl. Instagram und WhatsApp). Wenn wir die Strategie der EU auf Ebene dieser Kategorie betrachten, zeigt sich nicht nur eine gemischte Bilanz von EU und Deutschland in Regulierungsfragen, es ist auch keine einheitliche Strategie zu erkennen. Auf der einen Seite sehen wir das Bemühen der EU-Kommission, für mehr Wettbewerb zu sorgen. Die ersten Rekordstrafen für die digitalen Leviathane kamen aus der EU und haben auch kumulativ Gewicht. Die Verbindlichkeiten von Google in deren Bilanz gegenüber der EU-Kommission liegen bei derzeit 7,807 Milliarden Dollar (United States Securities and Exchange Commission 2019).¹⁶ Auch das deutsche Bundeskartellamt ist aktiv, wie der Entscheid zu den Praktiken Facebooks belegt (das OLG Düsseldorf hat jedoch in der Zwischenzeit im Sinne einer Rechtsbeschwerde Facebooks entschieden; vgl. Bundeskartellamt 2019 oder Dachwitz 2019). Diese reaktive Strategie weiter zu verfolgen ist sinnvoll und setzt internationale Referenzpunkte für die Reeglung von Plattformen.

Allerdings zeigen manche Regulierungsansätze der EU auch gegenteilige Wettbewerbseffekte. So gehen Industrieexpert_innen davon aus, dass die Einführung der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) Google und Facebook im Gegensatz zu deren Konkurrenz nicht empfindlich getroffen hat und beide davon im europäischen Werbemarkt sogar profitieren (z. B. Thompson 2019). Kritiker_innen der neueren europäischen Urheberrechtsnovelle führen insbesondere angesichts von Artikel 13 ins Feld, dass Uploadfilter die Positionen der großen Plattformen ebenfalls stärken (Reda 2019). Das Beispiel der spanischen „Link-Tax“, also einer „Besteuerung“ von verlinkten Inhalten, zeigt ebenfalls, dass Regulierung auch nach hinten losgehen kann. Die Link-Tax führte dazu, dass Google seinen News-Service deaktivierte, da Google nicht bereit war, Geld an die Verlage zu zahlen, um weiter Kurzausschnitte der journalistischen Beiträge in der Google Nachrichtensuche anzuzeigen. Die Konsequenz: weniger Besucher_innen auf den Webseiten der Verlage und damit auch geringere Werbeeinnahmen für eben jene Verlage (Reynolds 2018). Dieses Beispiel zeigt auch, dass die Legislative dem Lobbyismus von Verwertungslobbys (z. B. Großverlage) bzw. Akteur_innen der „Old Economy“ nicht vorbehaltlos folgen sollte (Beckedahl 2019).

Ein weiteres Beispiel sind die Überlegungen der EU-Kommission (Crémer et al. 2019), die es User_innen erleichtert, zwischen Plattformen zu wechseln. Während dies bei Serviceplattformen klar die Macht der User_innen steigert (z. B. Taxifahrer_innen in NYC profitieren davon, dass sie zwischen mehreren Plattformen wechseln können; vgl. Möhlmann/Zahlmanson 2018), ist der Effekt bei sozialen Netzwerken unklar. Die Idee ist erst mal die gleiche: Indem man soziale Netzwerke wie Facebook zu offenen Standards zwingt (d. h. Interoperabilität und Portabilität), ermöglicht man User_innen die Kommunikation und damit Wahl zwischen Plattformen. Industrieexpert_innen und alternative Plattformen (z. B. Threema) gehen jedoch davon aus, dass der Facebook-Konzern überproportional von dieser Maßnahme profitieren würde, da deren Social Graph¹⁷ einen höheren Wert hat (z. B. Fanta 2019; Thompson 2019). Daher braucht es eine asymmetrische Regelung, welche kleinere Plattformen bis zu einer gewissen Größe schützt (Pietron 2019). Die Beispiele zeigen: Die Frage der nicht-intendierten Effekte einer Regulierung erfordert, insbesondere bei den Plattform-Leviathanen, mehr Aufmerksamkeit.

Wie also vorgehen? Was die Förderung des Wettbewerbs betrifft, sollten regulatorische Maßnahmen noch konsequenter werden. Für soziale Netzwerke muss beispielsweise die Regel gelten: Plattformen, die soziale Netzwerke betreiben, dürfen kein anderes soziales Netzwerk kaufen. Wettbewerb fördert Innovation und schafft neue Angebote für Konsument_innen. Facebook stünde unter mehr Druck, wenn es nicht auch Ins-

¹⁶ Die FTC in den USA hat über Facebook eine Rekordstrafe in der Höhe von 5 Milliarden Dollar verhängt. Kritiker_innen bemängeln, dass die Strafe im Verhältnis zum jährlichen Umsatz gering ist und die Auflagen nicht dazu führen werden, dass Facebook sein Verhalten ändert (Patel 2019).

¹⁷ Europa ist hier nicht allein. Wie ich später erläutern werde, hat Indiens Strategie bei Amazon Referenzcharakter, ebenso ist die Arbeit der australischen Regulierungsbehörde hervorzuheben (ACCC 2018).

telegram und WhatsApp besitzen würde.¹⁸ Facebooks Pläne, die Infrastruktur von WhatsApp, Instagram und Facebook zusammenzuführen, zeigt auch, dass Facebook das Wertschöpfungspotenzial seiner Daten erhöhen sowie Fakten für etwaige Zerschlagungsanstrengungen schaffen möchte. Nicht zuletzt dank der Vorstöße der demokratischen Präsidentschaftskandidatin Elisabeth Warren, wird in den USA mittlerweile eine lebhafte Debatte um die Zerschlagung von Tech-Konzernen geführt. Die dahinterliegende Philosophie: Zu große wirtschaftliche Einheiten stellen grundsätzlich eine Gefahr für eine liberale Demokratie dar (siehe auch Stoller 2019a). Auch wenn die Frage der Zerschlagung letztlich in den USA entschieden wird, können transnationale Allianzen und Informationsaustausch unterstützend wirken.

Eine andere Überlegung angesichts der Dominanz dieser Plattformen ist, diese zum Teilen von Daten zu zwingen. So hat die SPD auf ihrem Parteitag im November 2019 beschlossen, sich für die Einführung einer Datenteilungspflicht einzusetzen (SPD 2019). Um Wettbewerb und Innovation zu fördern, sollen marktbeherrschende Unternehmen auf digitalen Märkten laut dem SPD-Vorschlag zum Teilen ihrer Daten verpflichtet werden (Prüfer 2020). Ein möglicher weiterer Ansatz ist es, Leviathan-Plattformen im Sinne von Versorgungsbetrieben zu regulieren (Pasquale 2018). Bei dieser Art der Regulierung erkennt die Gesellschaft die Monopolstellung der Plattformen an und verordnet Regeln, wie die Monopolmacht wirken darf. Zum Beispiel könnte der Gesetzgeber Plattformen dazu zwingen, universalen Zugang zu ermöglichen (Krisch/Plank 2018). Google hat de facto ein globales Monopol auf relevante Informationen in bestimmten Domänen. Diese Informationen sind auch für viele Bereiche der öffentlichen Daseinsvorsorge von Bedeutung, etwa im Bereich der Verkehrsplanung. Man könnte also die Überlegung anstellen, Google unter gewissen Bedingungen ein Monopol einzuräumen. Gleichzeitig stellt sich die Frage, welche Bereiche dieses Monopol umfassen dürfte, welche Konsequenzen daraus entstünden und wie verhindert werden kann, dass Google seine Vormacht auch auf andere Märkte ausweitet. So ist z.B. Google Maps bereits heute ein zentraler Navigator für lokale wirtschaftliche Transaktionen. Gegenwärtig lässt sich jedoch beobachten, dass Google den Schritt von einer Informations- zu einer Evaluierungs- (z. B. Sammeln zu Userrankings) hin zu einer Zertifizierungsagentur macht, um seine Geschäftsaktivitäten zu verbreitern: In den USA und Kanada bietet Google nun einen Versicherungsschutz für alle zertifizierten Anbieter_innen lokaler Services (z.B. Klempner_innen) an (Google 2019). Google hilft beim Finden von Services, informiert Konsument_innen über die erwartete Servicequalität (mithilfe der Evaluierungsarbeit der Crowd) und bürgt nun auch dafür, dass diese Services einen Mindestqualitätsstandard haben. Wenn man dies zu Ende denkt, ist das ein massiver Angriff, nicht nur auf Plattformen wie Yelp, TripAdvisor und MyHammer, sondern auch auf etablierte Zertifizierungsakteure (z. B. Kammern).

Schließlich ist eine Überlegung, strengere Regeln für den Markteintritt in Europa zu schaffen (Stoller 2019b). Eine Orientierung kann das Konzept des „zivilisierten Markts“ (vgl. Kapeller et al. 2019) bieten. Die Kernidee ist, dass Unternehmertum und offene Märkte mit einem europäischen Wertekonstrukt (z. B. soziale und ökologische Nachhaltigkeit, Wahrung der Interessen von Arbeiter_innen und Konsument_innen) vereinbar sein müssen: Nur Unternehmen, welche gewisse Mindeststandards erfüllen, können am europäischen Markt mit 513 Millionen Bürger_innen aktiv sein. Dies könnte ein Druckmittel sein, um amerikanische und chinesische Plattformen dazu zu bringen, ihre Unternehmenspolitik an europäische Maßstäbe anzupassen.

¹⁸ Facebook hat die EU bei der WhatsApp-Übernahme bezüglich der Möglichkeit, die Daten von Facebook und Whatsapp zu verbinden, in die Irre geführt. Dafür wurde das Unternehmen von der EU-Kommission mit einer Strafe in der Höhe von 110 Millionen Euro belegt. Jedoch hätte eine korrekte Information keine Auswirkungen auf das Endergebnis der Entscheidung gehabt (EU-Kommission 2017). Für bisherige Überlegungen zur Verbesserung der Fusionskontrolle siehe Wambach (2019).

3.

VOM REAGIEREN ZUM AGIEREN

Die Überlegungen zur Regulierung von Plattformen zeigen ein grundsätzliches Dilemma auf: Die Strategie, für mehr Wettbewerb zu sorgen, wird, wie oben erläutert, häufig konterkariert durch nicht-intendierte Nebeneffekte oder widersprüchliche Zielsetzungen. Eine bessere Abstimmung zwischen den regulierenden Instanzen mag diese Widersprüche bzw. Effekte minimieren, aber letztlich lassen sie sich nicht ganz aufheben. Zudem unterscheiden sich die Überlegungen zur Regulierung zwar in ihrem Wirkungsgrad, aber sie haben alle eines gemeinsam: Es ist letztlich immer eine Strategie des Reagierens und keine des Agierens. In einer Plattformökonomie, die sich die Innovationsfähigkeit und Charakteristiken digitaler Technologien zunutze macht und daher die Verbreitung und Diffusion neuer Organisationformen beschleunigt (Van Alstyne et al. 2016; Nambisan 2016), ist diese Strategie alleine ungenügend. Indem sie die Dominanz der bestehenden Plattform zurückdrängt und die steigende Skepsis gegenüber bestehenden Praktiken in neue Werte umwandelt, schafft die Zähmung von Plattformen zunächst einen wirtschaftlichen und kulturellen Raum. Doch wie soll dieser Raum gefüllt werden?

Zwischen dem technikgläubigen, reinem Venture-Capital bzw. Shareholder-Value getriebenen digitalen Kapitalismus der Vereinigten Staaten und der chinesischen Variante, die technologi-

sche Exzellenz mit staatlicher Kontrolle vereint, ist Platz für eine eigenständige europäische Vision. Sowohl die Bundesregierung als auch die Europäische Union haben hierzu Strategien entwickelt (vgl. Digitale Strategie 2025 bzw. EU-Kommission 2010). Diese Programme beinhalten Aspekte wie Datensicherheit und -souveränität und heben bestimmte Ziele wie beispielsweise Nachhaltigkeit hervor. Das sind wertvolle Ausgangspunkte für die Frage, wie sich Deutschland und die Europäische Union in ihrem Handeln als eigenständige und relevante Akteure auf der internationalen Bühne positionieren wollen. Die Zielsetzungen für eine proaktive Strategie ergeben sich m. E. aus folgender Leitfrage: Wie und unter welchen Bedingungen können neue Technologien und deren Einbettung in neue Organisationsformen wie Plattformen zu einer sozialen, freien und zivilisierten Gesellschaft beitragen? Der Einsatz von Technologien ist in diesem Fall also kein Selbstzweck, sondern ein Verhandlungsprozess, in dem Werte wie Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit, Gleichheit und Freiheit das (wirtschaftliche) Handeln anleiten – also ein digitaler Humanismus als Zielvorstellung. Wie kann dieses Ziel erreicht werden?

Im Folgenden werden Bausteine skizziert, die uns in Richtung eines wertegetriebenen europäischen Humanismus bringen können (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1
Bausteine für einen europäischen digitalen Humanismus



Quelle: eigene Darstellung.

Digitaler unternehmerischer Staat: Es braucht einen „Entrepreneurial State“ (Mazzucato 2015), der fördert, selbst aktiv ist und auch seine eigene Nachfragekapazität (z. B. öffentliche Hand als Käufer_in bzw. Lead-Kund_in) in den Ring wirft.

Auf nationaler bzw. europäischer Ebene kann es beispielsweise ein Ziel sein, Alternativen zu sozialen Netzwerken und Informationsplattformen zu schaffen. Diese Plattformen leben von Inhalten. Auch im digitalen Zeitalter braucht es neben den privaten Angeboten von Facebook und Youtube ein vernünftiges, öffentlich-rechtliches Plattformangebot. Die öffentlich-rechtlichen Radio- und Rundfunkstationen in Deutschland produzieren bereits ein vielfältiges Angebot, das jedoch über zahlreiche Mediatheken und Apps fragmentiert ist. Um eine attraktive öffentliche Alternative zu bieten, könnten die Angebote aller Mediatheken auf einer gemeinsamen Infrastrukturplattform zusammengeführt werden. Auch wäre es denkbar, dass diese öffentlich-rechtliche Plattform es ermöglicht, dass auch User_innen ihre Videoinhalte hochladen und diese auch kommentiert werden können (Dobusch 2018). Darüber hinaus kann der öffentliche Rundfunk ein öffentlich-rechtliches Ökosystem kreieren, in dem er seine Dokumentationen und Erklärvideos mit einer entsprechenden Creative-Commons-Lizenz kennzeichnet und in einer der reichweitenstärksten Non-Profit-Plattform einbettet – Wikipedia. Damit würden die komplementären Stärken beider gemeinwohlorientierten Organisationen genutzt: Wikipedia liefert Artikel mit hoher Textqualität, die durch das hochwertige Videoangebot der Öffentlich-Rechtlichen ergänzt werden (Dobusch 2019).¹⁹

Der Entrepreneurial State kann auch in anderen Bereichen der Plattformökonomie aktiv werden, insbesondere auf lokaler Ebene. Die BVG in Berlin geht mit Jelbi den Schritt in die richtige Richtung, um alle Mobilitätsangebote (Bus, Bahn, Roller, Fahrrad, Auto, Ridesharing und Taxi) zu verbinden. In allen europäischen Städten sollten alle Mobilitätsangebote (eigene sowie Drittanbieter) über eine eigene Applikation aggregiert werden. Die öffentlichen Verkehrsanbieter verfügen mit ihrem Kundenstamm über eine relevante Machtbasis und können starke lokale Netzwerkeffekte erzeugen. Bei kritischer Größe kann dies auch dafür genutzt werden, um zu garantieren, dass sich alle öffentlichen und privaten Akteur_innen an gewisse Spielregeln halten. Auch staatliche Plattformen für die Vermittlung sozialer Dienstleistungen sind denkbar. Dies passt auch zu den Überlegungen anderer Vorreiter-Kommunen. So experimentiert etwa Barcelona mit einer Vision, die auf Daten- und technologische Souveränität, offene Standards und Open Source setzt. Betont wird dabei die Zusammenarbeit mit Kooperativen sowie das Bilden von Allianzen mit lokalen Tech-Communities, Universitäten und Unternehmen sowie anderen Städte wie Amsterdam. Ausgangspunkt des digitalen Programms sind die Bedürfnisse der Bürger_innen (z. B. Fokus auf soziale Innovation), und es bettet sich in eine Politik ein, die Privatisierungen skeptisch sieht. Teil dieser Strategie ist auch, bestehenden Plattformen auf lokaler Ebene einen klaren regulatorischen Rahmen vorzugeben (Morozov/Bria 2017).

Neues Unternehmertum: Das von Trebor Scholz popularisierte Modell der digitalen Plattformgenossenschaften kann ein Weg für eine neue Art des nachhaltigen Unternehmertums darstellen (Scholz/Schneider 2017). Das Argument ist hier: Wenn digitale Technologien die Kosten für das Organisieren senken, dann sollte es auch leichter werden, alternative Plattformmodelle zu organisieren (siehe auch Thäter/Gegenhuber o. J.).

Diese könnten etwa im Bereich der Marktplätze für Serviceleistungen tätig werden. Zum Beispiel versucht sich CoopCyle als europaweite Alternative zu Deliveroo, Foodora und Co. zu positionieren (Henning 2019). Warum soll es nicht auch ein europaweites Netzwerk von z. B. lokalen Reinigungsservice-Plattformen geben, die auf Basis von Open Source ihre Technologie miteinander teilen, den Reinigungskräften höhere Löhne sowie Mitsprache ermöglichen (vgl. Gegenhuber et al. 2018)? Bei diesen Transaktionen (d. h. Reinigung, Essenslieferung) sind die Plattformnetzwerkeffekte vorwiegend lokal (Zhu/lansiti 2019), und lokales Wissen kann ein Vorteil sein (Yu 2018). Jedoch fehlt ein Ökosystem, das ein förderliches Umfeld schafft, etwa die Förderung von Plattformgenossenschaften als Social Entrepreneurship (inklusive der Vermittlung dieser Organisationsform an Universitäten), die Einführung von Mini-Genossenschaften, um rechtliche Hürden zu senken, und die Unterstützung alternativer Infrastrukturen wie OpenStreet-Maps.

Unterstützende Instrumente zum Aufbau eines Ökosystems für einen digitalen Humanismus:

- **Bildung und Kulturwandel:** An den Bildungsinstitutionen braucht es eine Auseinandersetzung mit Digitalität, die über rein technologische Perspektiven hinausgeht. Die geistes-, kultur- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen spielen eine zentrale Rolle dabei, Menschen zu befähigen, sich kritisch und reflektiert mit den Implikationen der Nutzung digitaler Technologien auf allen Ebenen (Gesellschaft, Organisation, Gruppen, Individuum) auseinanderzusetzen. Das ist nicht als Position gegen mehr Informatikunterricht zu interpretieren. Es geht in dieser Frage nicht um ein Entweder-Oder, sondern um ein Sowohl-als-Auch. In der Auseinandersetzung mit der Gestaltung der Digitalisierung plädiere ich dafür, dass die formalen Bildungseinrichtungen von informellen Communitys of Practice wie etwa dem Maker Movement und Coding Communitys lernen können. Während in unserem Bildungssystem Leistung nach der Abweichung von Perfektion beurteilt wird, verfolgen diese Communitys die Lernphilosophie des informierten Lernens aus Fehlern (van Deest/Gegenhuber 2019). Ein gutes Beispiel ist die Community „Code Curious Rails Girls Berlin“ (Rails Girls Berlin 2019), die durch informelles und soziales Lernen nach eigenen Angaben über Tausend Frauen Programmierkenntnisse vermittelt haben.

Dieses Beispiel einer Coding Community ist bewusst gewählt, um den Zusammenhang zwischen Bildung und einem kulturellen Wandel zu unterstreichen: Technologiebasierte Start-ups sind bisher männerdominiert (Wheadon/Duval-Couetil 2019). Es braucht mehr Frauen und Diversität in dieser Domäne. Um das zu erreichen, braucht es einen

¹⁹ Der Artikel zum Thema Klimamodell, der bereits ein Video von der „Terra X“-Dokumentation auf ZDF enthält, ist ein Prototyp für die Sinnhaftigkeit dieser Ökosystemstrategie (Wikipedia 2019; ZDF 2019).

umfassenden Ansatz.²⁰ Unterstützung könnte hier eine proaktive staatliche Förderung für diese Art digitaler Communitys von Frauen für Frauen geben und so deren Wachstum beflügeln. Die erhofften Effekte: Plattform-Design und dessen Regelungen haben einen großen Einfluss auf die soziale Wirkungskraft einer Plattform – wenig durchdachte Funktionen können zu Diskriminierungen führen (Levi/Barocas 2017). Mehr Diversität in Entwicklungs- und Führungsteams könnte als Antidote zu potenziellen Diskriminierungs- und Ungleichheitstendenzen von (neuen) Plattform-Interfaces dienen. Ein weiterer Effekt ist, dass aus diesen Organisationen wiederum neue Start-ups und Initiativen generiert werden, die Normen und Werte der Gleichberechtigung in ihrer DNA eingeschrieben haben (vgl. Phillips 2005; Rocha/van Praag 2020).

Schließlich gehört zur Frage der Bildung auch ein klares Bekenntnis zu Open Educational Resources (OER, also freien Lern- und Lehrmaterialien) und eigenständiger digitaler Bildungsinfrastrukturen. Erste Schritte wurden auch in Deutschland bereits unternommen (vgl. Open Education Resources 2019; Heimstädt & Gegenhuber 2019) – es muss selbstverständlich sein, dass Materialien der Wissensvermittlung, die durch die öffentliche Hand finanziert werden, unter einer freien Lizenz verfügbar sind.

- **Recruiting und strategische Allianzen:** Um eine europäische Alternative zu beleben, braucht es die klügsten Köpfe dieser Welt. Neben einem massiven Ausbau der Forschung und Entwicklung in Europa braucht es kurzfristig auch ein gezieltes Abwerben von Talenten und Expert_innen aus den Top-Universitäten der USA. Auf Ebene der Absolvent_innen könnte dies durch eine Kombination von Übernahme der bisherigen Studiengebühren bei gleichzeitiger Verpflichtung, eine gewisse Anzahl von Jahren in Europa zu wirken, möglich sein. Dafür braucht es innerhalb der EU strategische Ballungszentren (z. B. Amsterdam, Berlin, Barcelona, Paris, Warschau, Wien), die ein inspirierendes Umfeld und Verwirklichungsmöglichkeiten (als Unternehmer_innen, als Angestellte in privaten oder öffentlichen Unternehmen sowie in innovativen öffentlichen Agenturen²¹) schaffen. In dieser Frage zeigt sich auch, wie schmerzhaft der Brexit ist. Daher sind strategische Allianzen mit Großbritannien (London) und Kanada (Toronto als an Bedeutung gewinnender Tech-Hub) zentral. Darüber hinaus sollte sich die Europäische Union gezielt bemühen, ehemalige Mitarbeiter_innen der Leviathane (nach dem Ablauf etwaiger Sperrfristen) gezielt für Aufsichtsbehörden zu rekrutieren. Gerade jene Mitarbeiter_innen, die innerhalb von Google, Amazon und Facebook ihre Kritik äußern und dafür von diesen Arbeitgeber_innen blockiert oder gar gekündigt werden, könnten an solchen Angeboten Interesse haben.
- **Proaktive staatliche Investitions- und Förderungs politik:** Es ist notwendig, ausreichend finanzielle Ressourcen zu mobilisieren und strategische Investments vorzunehmen. Institutionalisiert werden könnte dies durch einen Zukunftsfonds Deutschland (Wolter/Phillips 2019) oder einen strategischen Staatfonds (Ferschli et al. 2019). Schließlich wird auch die Erschließung neuer Einnahmen (z. B. Digitalsteuer, Finanztransaktionssteuer oder Vermögensteuer), aber auch die Mobilisierung von privatem europäischen Kapital (z. B. gezielte Anreize von Risikokapital für wünschenswerte Bereiche) benötigt. Der Staat muss die Möglichkeit besitzen, in strategisch zentrale Bereiche zu investieren. Jelbi basiert zum Beispiel auf der Mobilitätsplattform Trafi. Laut Crunchbase hat Trafi bisher privates und öffentliches Kapital erhalten (Crunchbase 2020). Wenn Trafi zentral für eine europäische Mobilitätsstrategie ist, dann wäre ein weitergehendes strategisches Investment sinnvoll. Darüber hinaus kann der Staat über einen Staats- oder Zukunftsfonds einen Open-Innovation-Ansatz zur Generierung neuer Innovationen verfolgen. Die Investmentpolitik kann dazu eingesetzt werden, um soziale Innovationen und soziales Entrepreneurship skalierfähig bzw. wirkungsfähiger zu machen (vgl. Buhr et al. 2019).²² Darüber hinaus könnte eine Institution wie ein Zukunftsfonds proaktive Förderungsprogramme und Innovationsscouting betreiben. Angesichts ihrer zentralen Rolle muss die Besetzung dieser Agentur einen wesentlichen Frauen- und Diversitätsanteil erfüllen. Darüber hinaus braucht es klare und strenge Förderungs- und Investitionsquoten, um die Reproduktion von Stereotypen in der Vergabe zu minimieren (Malmström et al. 2017).

Erste Bausteine für eine strategische Ausrichtung in Richtung eines europäischen digitalen Humanismus sind bereits gelegt. Um diese Bausteine in ein solides Fundament zu verwandeln und einen europäischen digitalen Humanismus zu ermöglichen, braucht es einen entschlossenen politischen Willen und eine breite politische Bewegung, welche die Menschen begeistert und zum Mitmachen einlädt.

²⁰ Eine vertiefte Auseinandersetzung ist auch hier in der Kürze nicht möglich. Der Artikel von Wynn (2019) fasst die Herausforderung für mehr Gleichstellung in technologiebasierten Unternehmen gut zusammen.

²¹ Innovative öffentliche Agenturen können z. B. Innovation-Labs, die neue digitale „Aktienaufsicht“ oder sogenannte „Office for Regulatory Experimentation“ (vgl. Johar 2018) sein.

²² Streng genommen ist dieser Punkt Teil eines Entrepreneurial States. Ich behandle diese Punkte getrennt, um den Unterschied zwischen selbst handeln oder zu unterstützen zu trennen.

Literaturverzeichnis

- ACCC – Australian Competition and Consumer Commission** 2018: Digital Platforms Inquiry: Preliminary Report, <https://www.accc.gov.au/system/files/ACCC%20Digital%20Platforms%20Inquiry%20-%20Preliminary%20Report.pdf> (9.2.2020).
- ARS Electronica** 2019: European Platform for Digital Humanism, <https://ars.electronica.art/outofthebox/en/humanism/> (9.2.2020).
- Baldwin, C. Y.** 2017: Explaining the Vertical-to-Horizontal Transition in the Computer Industry, Harvard Business School Working Paper 17-084.
- Bauer, R.M.; Gegenhuber, T.** 2017. Crowdsourcing: Intermediäre und die Rationalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft, in: Aulenbacher et al. (Hrsg.): Leistung und Gerechtigkeit: Das umstrittene Versprechen des Kapitalismus, Weinheim–Basel, S. 355–372.
- Bauer, R. M.; Gegenhuber, T.** 2015: Crowdsourcing: Global Search and the Twisted Roles of Consumers and Producers, in: *Organization* 22 (5), S. 661–681.
- BDI** 2019: Deutsche digitale B2B-Plattformen, <https://bdi.eu/media/publikationen/#/publikation/news/deutsche-digitale-b2b-plattformen/> (9.2.2020).
- Bundeskartellamt** 2019: Bundeskartellamt untersagt Facebook die Zusammenführung von Nutzerdaten aus verschiedenen Quellen, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html (9.2.2020).
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie** 2016: Digitale Strategie 2025, <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/digitale-strategie-2025.html> (9.2.2020).
- Crémer, J.; De Montjoye, Y.-A.; Schweitzer, H.** 2019: Competition Policy for the Digital Era, European Commission, Brüssel.
- Crunchbase** 2020: Trafi, <https://www.crunchbase.com/organization/trafi#section-investors> (15.4.2020).
- Dachwitz, I.** 2019: Kartellamt gegen Facebook: Das OLG Düsseldorf schaut mit dem Tunnelblick auf die Datenfrage, <https://netzpolitik.org/2019/kartellamt-gegen-facebook-das-olg-duesseldorf-schaut-mit-dem-tunnelblick-auf-die-datenfrage/> (9.2.2020).
- Dachwitz, I.; Rebiger, S.; Fanta, A.** 2018: Den Datenfischern die Netze kappen: Ideen gegen die Marktmacht der Plattformen, <https://netzpolitik.org/2018/den-datenfischern-die-netze-kappen-ideen-gegen-die-marktmacht-der-plattformen/> (9.2.2020).
- DGB** 2019a: Theorie trifft Praxis: Betriebsbegriff und Mitbestimmung in der Plattformökonomie, Workshop, September 2019, Berlin.
- DGB** 2019b: Regeln für die Plattformarbeit, Positionspapier, <https://www.dgb.de/themen/+co++ca368f38-f961-11e9-8aa8-52540088cada> (9.2.2020).
- Del Rey** 2019: Amazon's Invincibility Is Showing Some Cracks – And a Big One Is in India, <https://www.vox.com/2019/2/1/18205635/amazon-india-regulations-q4-earnings-prime-online-retail> (9.2.2020).
- Deubler, Wolfgang; Klebe, Thomas** 2015: Crowdwork: Die neue Form der Arbeit: Arbeitgeber auf der Flucht?, in: *NZA* 2015 (17), S. 1.032–1.041.
- Die Presse** 2019: Streit um Ortstaxe: Wien bleibt gegenüber Airbnb hart, https://diepresse.com/home/panorama/wien/5652795/Streit-um-Ortstaxe_Wien-bleibt-gegenueber-Airbnb-hart (9.2.2020).
- Dittrich, P.-J.** 2018: Online Platforms and How to Regulate Them: An EU Overview, https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/EZ_JDI_OnlinePlatforms_Dittrich_2018_ENG.pdf (9.2.2020).
- Dobusch, L.** 2018: Internetintendanz: Öffentlich-rechtliches Internet jenseits der Anstalten, <https://18.re-publica.com/en/session/internetintendanz-offentlich-rechtliches-internet-jenseits-anstalten> (9.2.2020).
- Dobusch, L.** 2019: Von Sender-Silos zum öffentlich-rechtlichen Ökosystem, <https://19.re-publica.com/de/session/sender-silos-zum-offentlich-rechtlichen-okosystem> (9.2.2020).
- EU JRC** 2018: The 2018 EU Industrial R&D Investment Scoreboard, <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/2018-eu-industrial-rd-investment-scoreboard> (9.2.2020).
- EU-Kommission** 2017: Mergers: Commission Fines Facebook €10 Million for Providing Misleading Information about WhatsApp Takeover, Brüssel, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/ip_17_1369/IP_17_1369_EN.pdf (15.4.2020).
- EU-Kommission** 2018: Proposal for a Regulation Promoting Fairness and Transparency for Business Users of Online Intermediation Services, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/regulation-promoting-fairness-and-transparency-business-users-online-intermediation-services> (9.2.2020).
- EU-Kommission** 2010: Europe 2020, <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (15.4.2020).
- Ferschli, B., Rehm, M., Schnetzer, M., & Zilian, S.** 2019: Marktmacht, Finanzialisierung, Ungleichheit: Wie die Digitalisierung die deutsche Wirtschaft verändert, Berlin.
- Fairtube** 2019: Homepage, <https://www.fairtube.info/en/> (9.2.2020).
- Gegenhuber, T.; Ellmer, M.; Scheba C.** 2018: Partizipation von CrowdworkerInnen auf Crowdsourcing-Plattformen: Bestandsaufnahme und Ausblick, <https://www.econstor.eu/handle/10419/180404> (9.2.2020).
- Google** 2019: The Google Guarantee, <https://support.google.com/google-ads/answer/7549288?hl=en> (10.2.2019).
- Gurran, N.; Phibbs, P.** 2017: When Tourists Move in: How Should Urban Planners Respond to Airbnb?, in: *Journal of the American Planning Association* 83 (1), S. 80–92.
- Heimstädt, M.; Gegenhuber, T.** 2019: Digitale Transformation der Hochschulbildung: Möglichkeiten strategischen Handelns, in: Treec, T. v.; Deimann, M. (Hrsg.): Neues Handbuch digitale Hochschullehre, Berlin.
- Hinings, B.; Gegenhuber, T.; Greenwood, R.** 2018. Digital Innovation and Transformation: An Institutional Perspective, in: *Information and Organization* 28 (1), S. 52–61.
- Jacobs, L.** 2018: Und trotzdem fährt ein Uber, <https://www.zeit.de/arbeit/2018-12/uber-black-bundesgerichtshof-rechtsverstoss-urteil-folgen> (9.2.2020).
- Johar, I.** 2018: The Necessity of a Boring Revolution, <https://provocations.darkmatterlabs.org/the-necessity-of-a-boring-revolution-a71b1ae6f956> (9.2.2020).
- Kapeller, J. et al.** 2019: From Free to Civilized Trade: A European Perspective, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00346764.2016.1168033> (10.2.2019).
- Kenney, M.; Zysman, J.** 2016: The Rise of the Platform Economy, in: *Issues in Science and Technology* (Spring 2016), S. 61–69.
- Kirchner, Stefan** 2019: Zeit für ein Update – Was die Menschen in Deutschland über Digitalisierung denken, Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.
- Krähling, C.** 2019: Behandeln Sie die Amazon-Mitarbeiter/innen fair!, <https://www.verdi.de/themen/geld-tarif/amazon/+co++217910b4-68ca-11e4-a52a-5254008a33df> (9.2.2020).
- Krisch, A.; Plank, L.** 2018: Internet-Plattformen als Infrastrukturen des digitalen Zeitalters, Wien.
- Leshinsky, R.; Schatz, L.** 2018: „I don't think my landlord will find out“: Airbnb and the Challenges of Enforcement, in: *Urban Policy and Research* 36 (4), S. 417–428.
- Levy, K.; Barocas, S.** 2017: Designing Against Discrimination in Online Markets, in: *Berkeley Technology Law Journal* 32, S. 1.183–1.238.
- Lobo, S.** 2014: Auf dem Weg in die Dumpinghölle, in: *Spiegel Online*, 4.9.2014, <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html> (9.2.2020).
- Lomborg, S.** 2013: *Social Media Social Genres: Making Sense of the Ordinary*, New York.
- Lücking, S.** 2019: Arbeiten in der Plattformökonomie: Über digitale Tagelöhner, algorithmisches Management und die Folgen für die Arbeitswelt, https://www.boeckler.de/pdf/p_fofoe_report_005_2019.pdf (10.2.2019).
- Kornberger, M.** 2017: The Visible Hand and the Crowd: Analyzing Organization Design in Distributed Innovation Systems, in: *Strategic Organization* 15 (2), S. 174–193.
- Martineau, P.** 2018 : Zuckerberg's Testimony Contradicted His Own Privacy Ops Team, <https://theoutline.com/post/4145/zuckerbergs-testimony-contradicted-by-his-own-privacy-ops-team?zd=1&zi=2q6bai77>
- Mazzucato, M.** 2015: *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*, New York.

- Morozov, E.** 2019: Wettbewerb und Kooperation im Digitalen Kapitalismus, in: Digitaler Kapitalismus: Der Kongress, 30.10.2019, <https://www.fes.de/digitalcapitalism/liveblog> (10.2.2019).
- Murillo, D.; Buckland, H.; Val, E.** 2017: When the Sharing Economy Becomes Neoliberalism on Steroids: Unravelling the Controversies, in: *Technological Forecasting and Social Change*, 125 (Mai), S. 66–76.
- Nachtwey, O.** 2019: Der Geist des digitalen Kapitalismus: Solution und Techno-Religion, <https://19.re-publica.com/de/session/geist-des-digitalen-kapitalismus-solution-techno-religion> (10.2.2019).
- Nambisan, S.** 2016: Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship, in: *Entrepreneurship: Theory and Practice* 41 (6), S. 1.029–1.055.
- Nunes, A.; Hernandez, K.** 2019: The Cost of Self-Driving Cars Will Be the Biggest Barrier to Their Adoption, <https://hbr.org/2019/01/the-cost-of-self-driving-cars-will-be-the-biggest-barrier-to-their-adoption> (9.2.2020).
- Nicas, J.** 2017: YouTube Tops 1 Billion Hours of Video a Day, on Pace to Eclipse TV, <https://www.wsj.com/articles/youtube-tops-1-billion-hours-of-video-a-day-on-pace-to-eclipse-tv-1488220851> (10.2.2019).
- Ombudsstelle Crowdwork** 2019: Crowdsourcing Code of Conduct – Ombudsstelle, <https://ombudsstelle.crowdwork-igmetall.de/de.html> (9.2.2020).
- Open Educational Resources** 2019: Über die Informationsstelle OER, <https://open-educational-resources.de/ueber-oerinfo/ueber-die-informationsstelle-oer/> (10.2.2019).
- Parker, G. G.; Van Alstyne, M. W.; Choudary, S. P.** 2016: Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You, New York.
- Pasquale, F.** 2016: Two Narratives of Platform Capitalism, in: *Yale Law & Policy Review* 35 (1), S. 309–320.
- Pasquale, F.** 2018: Digitale Kapitalismus: Wie zähmen wir die Tech-Giganten?, WISO direkt, Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/14443.pdf> (10.2.2019).
- Paul, K.** 2019: Twitter and Facebook Crack Down on Accounts Linked to Chinese Campaign Against Hong Kong, <https://www.theguardian.com/technology/2019/aug/19/twitter-china-hong-kong-accounts> (9.2.2020).
- Phillips, D. J.** 2005: Organizational Genealogies and the Persistence of Gender Inequality: The Case of Silicon Valley Law Firms, in: *Administrative Science Quarterly* 50 (3), S. 440–472.
- Pietron, D.** 2019: Digitale Souveränität durch Interoperabilität: Zur Möglichkeit dezentraler sozialer Netzwerke in der Plattformökonomie, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/15852.pdf> (10.2.2020).
- Prix Ars** 2019: BitSoil Popul Tax & Hack Campaign, <http://prix2018.aec.at/prixwinner/28444/> (10.2.2019).
- Prüfer, J.** 2020. Die Datenteilungspflicht Innovation und fairer Wettbewerb auf datengetriebenen Märkten, <http://library.fes.de/pdf-files/fes/15990.pdf> (12.3.2020).
- PwC** 2019: Global Top 100 Companies by Market Capitalisation, <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-2019.pdf> (10.2.2019).
- Rails Girls Berlin** 2019: Homepage, <http://railsgirlsberlin.de> (9.2.2020).
- Reda, J.** 2019: Upload Filters, <https://juliareda.eu/eu-copyright-reform/censorship-machines/> (9.2.2020).
- Risak, M.; Dullinger, T.** 2018: The Concept of ‚Worker‘ in EU Law Status Quo and Potential for Change, Brüssel.
- Reynolds, M.** 2018: Google’s Article 13 Link Tax Threat Has Put Publishers on Red Alert, <https://www.wired.co.uk/article/article-13-link-tax-eu-11> (9.2.2020).
- Rocha, V., & van Praag, M.** 2020: Mind the Gap: The Role of Gender in Entrepreneurial Career Choice and Social Influence by Founders, in: *Strategic Management Journal*, (November 2017), S. 1–26.
- Rudl, T.; Fanta, A.** 2019: EU-Kommission erwägt neues Gesetz für Plattformen, <https://netzpolitik.org/2019/geleaktes-arbeitspapier-eu-kommission-erwaegt-neues-gesetz-fuer-plattformen/> (9.2.2020).
- Sängerlaub, A. et al.** 2018: Fakten statt Fakes: Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017, https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf (9.2.2020).
- Scholz, T. and Schneider, N. (Hrsg.)** 2017: Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet, New York; London.
- Sitaraman, G.** 2018: Regulating Tech Platforms: A Blueprint for Reform, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3278418 (10.2.2019).
- Schmidt, F. A.** 2017: Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie: Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/12826.pdf> (9.2.2020).
- SPD** 2019: Digitaler Fortschritt durch ein Daten-für-alle-Gesetz, https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Sonstiges/Daten_fuer_Alle.pdf (9.2.2020).
- Srnicek, N.** 2017: Platform Capitalism, Cambridge.
- Stalder, F.** 2018: The Digital Condition. Cambridge.
- STARTS Prize** 2019: STARTS Prize: 2019 Winners, <https://starts-prize.aec.at/en/winners2019/> (10.2.2019).
- Stoller, M.** 2019a: Goliath: The 100-Year War Between Monopoly Power and Democracy, <https://www.simonandschuster.com/books/Goliath/Matt-Stoller/9781501183089> (10.2.2019).
- Stoller, M.** 2019b: Markt. Macht. Monopol. Wie regulieren wir die digitale Wirtschaft?, in: Digitaler Kapitalismus: Der Kongress, 30.10.2019, <https://www.fes.de/digitalcapitalism/liveblog> (10.2.2019).
- Sundararajan, A.** 2017: The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism, Cambridge.
- Thäter, L.; Gegenhuber, T. o. J.**: Plattformgenossenschaften: Mehr Mitbestimmung durch die digitale Renaissance einer alten Idee?, in: Bader, V.; Kaiser, S. (Hrsg.): Datafizierung und Neue Arbeitsweisen: Herausforderungen, Chancen und Zukunftsvisionen für Mitbestimmung und Personalmanagement, im Erscheinen.
- The Great Democracy Initiative** 2018: Regulating Tech Platforms: A Blueprint for Reform, in: *Vanderbilt Law Research Paper No. 18-64*, <https://ssrn.com/abstract=3278418> (10.2.2019).
- Thompson, B.** 2018: Data Factories, <https://stratechery.com/2018/data-factories/> (9.2.2020).
- United States Securities and Exchange Commission** 2019: Alphabet 10-K Form, https://abc.xyz/investor/static/pdf/20180204_alphabet_10K.pdf?cache=11336e3 (9.2.2020).
- Van Alstyne, M. W.; Parker, G. G.; Choudary, P.** 2016: Pipelines, Platforms and the New Rules of Strategy: Scale Now Trumps Differentiation, in: *Harvard Business Review* (April), S. 54–62.
- Van Deest, J.; Gegenhuber, T.** 2019: Einen gemeinsamen Code finden, in: *DUZ – Wissenschaft und Management* 9 (2019), S. 38–42.
- Wachsmuth, D. et al.** 2018: The High Cost of Short-Term Rentals in New York City, <https://mcgill.ca/newsroom/files/newsroom/channels/attach/airbnb-report.pdf> (9.2.2020).
- Wambach, A.** 2019: Update der Wettbewerbspolitik für die digitalisierte Wirtschaft, WISO direkt, Friedrich-Ebert-Stiftung, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/15535.pdf> (9.2.2020).
- Weber, E.,** 2019: Digitale Soziale Sicherung: Entwurf eines Konzepts für das 21. Jahrhundert, https://www.boeckler.de/pdf/p_fofoe_WP_137_2019.pdf (10.2.2019).
- Wegmann, J.; Jiao, J.** 2017: Taming Airbnb: Toward Guiding Principles for Local Regulation of Urban Vacation Rentals Based on Empirical Results from Five US Cities, in: *Land Use Policy* 69.
- Wikipedia** 2019: Klimamodell, <https://de.wikipedia.org/wiki/Klimamodell> (10.2.2019).
- Wheadon, M.; Duval-Couetil, N.** 2019: Token Entrepreneurs: A Review of Gender, Capital, and Context in Technology Entrepreneurship, in: *Entrepreneurship and Regional Development* 31 (3-4), S. 308–336.
- Wolter, P.; Phillips, R.** 2019: Der Zukunftsfonds Deutschland: Ein Weg zur Stärkung des Innovationsstandorts?, WISO direkt, Friedrich-Ebert-Stiftung, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/15407.pdf> (9.2.2020).
- Wynn, A. T.** 2019: Pathways Toward Change: Ideologies and Gender Equality in a Silicon Valley Technology Company, in: *Gender and Society*, S. 1–25.
- Yu, H.** 2018: For Some Platforms, Network Effects Are no Match for Local, <https://hbr.org/2018/07/for-some-platforms-network-effects-are-no-match-for-local-know-how> (10.2.2019).
- ZDF** 2019: Terra X: Erklärvideos zu Klimafaktoren und Klimawandel zur freien Nutzung, <https://www.zdf.de/dokumentation/terra-x/terra-x-creative-commons-cc-100.html> (10.2.2019).
- Zhu, F.; Iansiti, M.** 2019: Why Some Platforms Thrive and Others Don’t, in: *Harvard Business Review* 97 (1), S. 118–125.
- Zuboff, S.** 2015: Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization, in: *Journal of Information Technology* 30 (1), S. 75–89.

Die Friedrich-Ebert-Stiftung

Die Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) wurde 1925 gegründet und ist die traditionsreichste politische Stiftung Deutschlands. Dem Vermächtnis ihres Namensgebers ist sie bis heute verpflichtet und setzt sich für die Grundwerte der Sozialen Demokratie ein: Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität. Ideell ist sie der Sozialdemokratie und den freien Gewerkschaften verbunden.

Die FES fördert die Soziale Demokratie vor allem durch:

- politische Bildungsarbeit zur Stärkung der Zivilgesellschaft
- Politikberatung
- internationale Zusammenarbeit mit Auslandsbüros in über 100 Ländern
- Begabtenförderung
- das kollektive Gedächtnis der Sozialen Demokratie mit u. a. Archiv und Bibliothek

IMPRESSUM

© 2020

Friedrich-Ebert-Stiftung

Godesberger Allee 149, 53175 Bonn

Bestellung/Kontakt: BeMo@fes.de

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung. Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.

ISBN: 978-3-96250-569-1

Titelmotiv: Monkey Business/ mozZz – stock.adobe.com/Montage: zumweissenroessl.de

Gestaltungskonzept: www.bergsee-blau.de

Umsetzung/Layout: www.zumweissenroessl.de

Druck: www.bub-bonn.de

Gedruckt auf RecyStar Polar (100 Prozent Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem blauen Engel).

FÜR EIN BESSERES MORGEN

Eine Vision für das digitale Europa

Digitale Plattformen sind Teil unseres gesellschaftlichen Alltags. Sie prägen nicht nur große Teile des kommerziellen Internets, sondern ordnen auch traditionelle Märkte und Branchen neu. Die Plattformisierung der Wirtschaft geht mit einer starken Konzentration von Marktmacht einher. Nicht nur für den Wettbewerb stellt dies eine reale Gefahr dar. Die Plattformökonomie fordert das europäische Wirtschafts- und Sozialmodell in vielerlei Hinsicht heraus. Der Ruf nach Regulierung wird lauter. Aber wie lassen sich Plattformen zähmen? Auf diese Frage gibt es mehr als nur eine Antwort. Die vorliegende Studie zeigt, welche Regulierungsstrategien und -ansätze für welche Arten von Plattform Erfolg versprechend sein können.

Zwischen dem von Shareholder-Value getriebenen digitalen Kapitalismus der Vereinigten Staaten und der chinesischen Variante, die technologische Exzellenz mit staatlicher Kontrolle vereint, gibt es Raum für eine eigenständige europäische Vision: einen digitalen Humanismus. Um diese Vision zu realisieren, ist die Regulierung der Plattformen nur ein erster Schritt. Wichtige weitere Bausteine für einen europäischen digitalen Humanismus sind: ein unternehmerischer Staat, der alternative öffentliche Plattformangebote schafft bzw. fördert; fairer Wettbewerb und ein neues Unternehmertum, die es Markt und Gesellschaft erlauben, alternative Plattformmodelle zu organisieren; und ein unterstützendes Ökosystem, das vom Bereich der Bildung bis hin zu einer proaktiven staatlichen Förderungs- und Investitionspolitik reicht.

Der Autor

Prof. Dr. Thomas Gegenhuber ist Juniorprofessor für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt digitale Transformation an der Leuphana Universität Lüneburg.



Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter:
www.fes.de/fuer-ein-besseres-morgen