

Inside Uber

von Simon Schaupp



Titel Uberland

Untertitel How Algorithms are Rewriting the Rules of Work

Autor(en) Alex Rosenblat

Land USA

Erschienen Oakland, CA 2018: University of California Press

Umfang S. 271

Preis EUR 21,97

ISBN 978-0520298576

Rezension zu "Uberland. How Algorithms are Rewriting the Rules of Work" von Alex Rosenblat

Der digitale Taxidienst Uber ist aus Kund*innen-Perspektive überaus attraktiv. Nach dem Download der entsprechenden App auf das eigene Smartphone können dort Abhol- und Zielort sowie Wunschzeit eingegeben werden und schon wenige Minuten später sitzen wir in einem gut gepflegten Auto, das uns obendrein noch weit billiger zu der gewünschten Adresse bringt als jedes offizielle Taxi. Darüber

hinaus wird sowohl die Identität von Fahrer*in und Kund*in als auch der gesamte Fahrtverlauf erfasst, was bei vielen Fahrgästen für ein zusätzliches Gefühl von Sicherheit sorgt. Die US-amerikanische Soziologin und Journalistin Alex Rosenblat zeigt in ihrem Buch *Uberland*, wie sich das Geschäftskonzept des Taxidienstes auf seine Fahrer*innen und deren Leben auswirkt. Die vorliegende Rezension rekapituliert zunächst die dort dokumentierten Arbeitsbedingungen bei Uber, über die Rosenblat freilich wenig Gutes zu berichten hat. In Anbetracht der seit Unternehmensgründung im Jahr 2009 kontinuierlich durch die Presse gehenden Skandale überrascht das kaum. Angesichts des scheinbar bis in den offenen Rechtsbruch hineinreichenden Geschäftsgebarens des Unternehmens drängt sich jedoch auch die Frage auf, wie dessen Beschäftigte auf ihre miserablen Arbeitsbedingungen reagieren. Diesem Thema – und der Frage, warum es in soziologischen Studien zur digitalen Arbeit eine so geringe Rolle spielt – wird sich der zweite Teil der Rezension widmen.

Das Unternehmen hat beeindruckende Zahlen vorzuweisen: Zum Jahr 2019 wird Uber weltweit von 110 Millionen Personen genutzt, die von über drei Millionen Fahrer*innen befördert werden. In den USA hält das Unternehmen einen Marktanteil von 69 Prozent im Bereich Personentransport und 25 Prozent bei der Essensauslieferung (Uber Eats). Es handelt sich also um ein bedeutendes Unternehmen. Für Rosenblat geht diese Bedeutsamkeit jedoch über den reinen Marktanteil hinaus. Für die Autorin ergibt sie sich vor allem aus der Vorbildfunktion, die Uber für die gesamte digitale Ökonomie hat. Deshalb, so argumentiert Rosenblat, lässt eine Untersuchung Ubers weitergehende Schlüsse über die Zukunft der Arbeit zu.

Die Arbeitsmärkte in den hochentwickelten kapitalistischen Ökonomien, insbesondere aber in den USA, sind seit der globalen Finanzkrise 2007-2009 von einer neuen Welle der Prekarisierung erfasst worden. So operieren mittlerweile drei der fünf größten US-amerikanischen Arbeitgeber de facto als Leiharbeitsfirmen.[1] Uber hat seinen Erfolg unter anderem der Tatsache zu verdanken, dass zunehmend mehr Beschäftigte auf Zweit- oder gar Drittjobs angewiesen sind, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. In dieser Situation macht Uber ein Angebot, das viele nicht ablehnen können: Flexible Arbeitszeiten und die Abwesenheit eines (menschlichen) Vorgesetzten scheinen oftmals die attraktivere Alternative zum Burgerbraten bei McDonald's zu sein. Einen Großteil seiner Attraktivität verdankt Uber jedoch auch seiner hippen Selbstinszenierung. Es versteht sich nicht als Taxiunternehmen, sondern als „Tech-Startup“, das seine Beschäftigten nicht als Arbeitnehmer*innen, sondern als selbstständige „Partner“ bezeichnet. Dabei nimmt die Figur der „Millennials“, also der um 1990 geborenen Generation, die angeblich besonders hip und arbeitswütig ist, eine zentrale Rolle in der Außendarstellung des Unternehmens ein. Uber zeichnet ein Bild seiner Fahrer*innen als hartarbeitende (weiße) Selbstunternehmer*innen. So gelingt eine Imageverschiebung vom prekären Taxijob für Migrant*innen zum „Gig“, der irgendwie abenteuerlich und sexy sein soll. Damit ist Uber keineswegs allein, es ist vielmehr eine Leistung der Plattformökonomie im Allgemeinen, noch den miesesten

Job als Selbstverwirklichung darzustellen. So wirbt beispielsweise die Online-Tagelöhneragentur Fiverr mit Sprüchen wie „You eat coffee for lunch. You follow through on your follow through. Sleep derivations is your drug of choice. You might be a doer.“ Oder: „Reading about starting your own business is like reading about having sex.“ (S. 35 f.)

Die Realität sieht freilich anders aus. Während sich das Unternehmen nach außen als bloßer Vermittler darstellt, um sich jeglicher Verantwortung für seine angeblich selbstständigen Beschäftigten zu entziehen, kontrolliert und überwacht es diese gleichzeitig permanent. Die Smartphone-App verschickt beispielsweise Abmahnungen, wenn sie zu hartes Bremsen feststellt. Das passiert ebenfalls, wenn das Smartphone zu sehr wackelt und daraus geschlossen werden kann, dass es nicht in einer Halterung befestigt ist, oder wenn die Bewertungen von Fahrgästen unter fünf Sterne, also den maximal erreichbaren Wert, fallen. Teilweise werden die Profile der Fahrer*innen jedoch auch ganz ohne Vorwarnung „deaktiviert“, was einer Kündigung gleichkommt. In Kontrast zur Behauptung der Selbstständigkeit der Fahrer*innen operiert Uber mit einer starken Informationsasymmetrie: Den Fahrer*innen wird vor der Annahme eines Fahrtauftrags beispielsweise nicht angezeigt, wohin eine Fahrt überhaupt gehen soll und ob sie sich aus ökonomischer Sicht für sie rentiert. Und wer zu viele Fahrten ablehnt, wird entlassen. Um die Fahrer*innen dazu zu bringen, zu unbeliebten Zeiten wie Weihnachten zu arbeiten oder an unattraktive Orte zu fahren, werden verschiedenste Manipulationstechniken eingesetzt, wie etwa das Versprechen von Bonizahlungen, die dann aber doch nicht auf dem Konto der Fahrer*innen eingehen (S. 98 ff., S. 129 ff.).

Gleichzeitig gibt es bei Uber nicht nur keine Aufstiegsmöglichkeiten, sondern die Entlohnung verschlechtert sich sogar im Verlauf der Zeit. Um die Fahrer*innen anfangs zu Investitionen in ihr Auto zu bewegen und sie an das Unternehmen zu binden, zahlt Uber zunächst höhere Anteile und Boni. Diese werden jedoch kontinuierlich reduziert. Kommuniziert werden die unilateralen Konditionsänderungen in Orwell'schem Newspeak, wie etwa: „Niedrigere Fahrtpreise bedeuten höhere Einkommen“ (S. 89). Auch das Entlohnungssystem kann als mindestens intransparent, wenn nicht gar als Lohndiebstahl bezeichnet werden, wie Rosenblat es tut (S. 114 ff.). Schließlich wird den Kund*innen vor Fahrtantritt ein geschätzter Preis angezeigt. Ist dieser höher als der nach Fahrtende tatsächlich zu zahlende, wird ihnen dennoch der zuvor geschätzte in Rechnung gestellt; ist die tatsächliche Fahrtzeit länger und der zu entrichtende Betrag höher als zuvor geschätzt, zahlen sie auch hier den höheren Preis. Den Fahrer*innen hingegen wird ein anderer (selbstverständlich niedrigerer) Preis angezeigt, was ihren jeweiligen Anteil mindert. Einige Fahrer*innen berichten sogar davon, dass über die App gezahlte Trinkgelder nie bei ihnen angekommen seien (S. 125 ff.).

Angesichts solch skandalöser Arbeitsbedingungen drängt sich die Frage auf, wie die Beschäftigten sich zu alledem verhalten. Wenn wir nicht nur den Manager*innen

der digitalen Arbeitswelt, sondern auch den Beschäftigten prinzipiell die Fähigkeit zu strategischem Handeln unterstellen, müssten wir davon ausgehen, dass sie sich ihrerseits auf irgendeine Weise taktisch zu den ideologischen Diskursen und Kontrollstrategien des Managements verhalten. Wenn es hingegen keinerlei Strategiefähigkeit auf der Seite der Beschäftigten gäbe, so wäre dies zumindest soziologisch erklärungsbedürftig. Bei Rosenblat lernen wir jedoch nur wenig über derlei Fragen. Zwar erwähnt die Autorin informelle Online-Communities, in denen sich Fahrer*innen austauschen, beschreibt diese jedoch nur als Ersatz für ein ausbleibendes Personalmanagement vonseiten des Unternehmens (S. 202). Damit ist sie keineswegs allein. Zwar lässt kaum eine der zahllosen aktuellen Studien zum algorithmischen Management einen Zweifel daran, dass die digitale Radikalisierung der betrieblichen Herrschaft auf Kosten der Beschäftigten geht, doch erscheinen diese dabei stets als reine Objekte solcher Prozesse.

Diese analytische Asymmetrie tritt insbesondere in zwei Varianten auf: Variante eins lässt sich als *kritisch-managementzentriert* bezeichnen. Hier bleiben die Reaktionen der Beschäftigten einfach außen vor und finden keinerlei Berücksichtigung, was sie als passive Opfer algorithmischer Arbeitssteuerung erscheinen lässt. Variante zwei lässt sich als *subjektivierungstheoretische Herangehensweise* beschreiben. Hier werden die Reaktionen der Beschäftigten nur unter dem Aspekt des Konsenses und der Selbstdisziplinierung analysiert, was sie zu aktiven Unterstützer*innen eines verschärften Kontrollregimes macht. Basierend auf dem Foucault'schen Konzept der Subjektivierung entwickelte sich hier ein Subjektbegriff, der die Selbstdisziplinierung und -optimierung eines „unternehmerischen Selbst“^[2] ins Zentrum rückt. Damit wurde eine Abkehr von einem Subjektverständnis der Arbeitssoziologie eingeläutet, in dem die Selbstdisziplinierung und konsensuelle Einbindung der Beschäftigten zwar empirisch diagnostiziert wurde, die subjektiven Leidenserfahrungen im kapitalistischen Produktionsprozess jedoch stets Bezugspunkt für Dissens blieben. Die theoretische Fixierung auf Selbstdisziplinierung führt dazu, dass vielerorts vorschnell davon ausgegangen wird, dass „die Arbeiter den Leistungsimperativ verinnerlicht haben: ein Subjektivierungsprozess, in dem wir gehorsame unternehmerische Subjekte und überwachte, objektivierte arbeitende Körper werden.“^[3] Die Gefahr hierbei ist, dass manageriale Kontrollstrategien überbewertet werden, während die Strategiefähigkeit der Beschäftigten unsichtbar bleibt.

Zumindest den sonst so verbreiteten subjektivierungstheoretischen Kurzschlüssen sitzt Rosenblat nicht auf. Sie zeigt klar, dass die Uber-Fahrer*innen die Anrufungen des Selbstunternehmertums keineswegs einfach übernehmen (S. 85), eine Erkenntnis, die sie ihrem ethnografischen Zugang verdankt. Denn erst die teilnehmende Beobachtung realer Arbeitspraktiken ermöglicht es, widerständige Diskurse und Praktiken zu identifizieren. Rein diskursiven Zugängen, insbesondere solchen, die sich auf die Analyse offizieller Dokumente beschränken, bleiben solche Einsichten meist verwehrt. So mag die starke Marginalisierung ethnografischer Forschungsmethoden in der deutschen Arbeitssoziologie eine auf methodischer

Ebene liegende Erklärung für die Frage liefern, warum widerständiges Handeln der Beschäftigten systematisch übersehen wird. Auch Rosenblat erwähnt kaum eine der verschiedenen Formen des Widerstands von Uber-Fahrer*innen. Es gibt sie aber. Beispielsweise haben sie Möglichkeiten gefunden, die Algorithmen auszutricksen und können so ihre Einkünfte steigern.[4] Gleichzeitig strengen viele Fahrer*innen erfolgreich Gerichtsprozesse an, um gegen Übers Arbeitsrechtsverletzungen vorzugehen.[5] Vor allem aber organisieren sich Fahrer*innen überall auf der Welt in Gewerkschaften oder Basisgruppen, um mit Streiks und anderen Aktionen bessere Arbeitsbedingungen zu erkämpfen.[6]

Das systematische Ausblenden der Strategiefähigkeit digitaler Kontingenzarbeiter*innen[7] führt zu einem unpolitischen Verständnis betrieblicher Digitalisierung. Algorithmen sind jedoch Organisationstechnologien und damit ebenso politisch und interessengebunden wie Gesetze und andere Regelwerke. Betriebliche Digitalisierung kann deshalb als Technopolitik verstanden werden.[8] Deren Analyse sollte sich nicht auf die Strategien des Managements, also eine Technopolitik ‚von oben‘ beschränken, sondern muss stets auch Technopolitiken ‚von unten‘ berücksichtigen. Anderenfalls riskiert man, den Prozess betrieblicher Digitalisierung zu naturalisieren. Auch wenn Rosenblat diese politische Dimension weitgehend außen vor lässt, ist ihr Buch lesenswert. Zwar stellt sie nur sehr wenige Bezüge zu theorielastigeren Beiträgen der soziologischen Debatte zum Thema her, in empirischer Hinsicht dürfte es sich hierbei dennoch um die derzeit umfassendste Studie handeln, die zu diesem Thema verfügbar ist.

Fußnoten

[1] Lauren Weber, Some of the World's Largest Employers No Longer Sell Things, They Rent Workers. Outsourcing Firms' Workforces Grow as More Companies Look to Cut Their Headcounts, in: www.wsj.com, 28.12.2017.

[2] Ulrich Bröckling, Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform, Berlin 2007.

[3] Phoebe Moore / Andrew Robinson, The Quantified Self. What counts in the neoliberal workplace, in: *New Media & Society*, 18 (2016), 11, S. 2774-2792, hier S. 2774.

[4] Sam Sweeney, Uber. Lyft drivers manipulate fares at Reagan National causing artificial price surges, in: www.wsj.com, 16.5.2019.

[5] Andrew J. Hawkins, Uber settles driver classification lawsuit for \$20 million, in: *The Verge*, 19.3.2019.

[6] Julia Kollewe, Uber drivers strike over pay and conditions, in: *The Guardian*, 8.5.2019.

[7] Oliver Nachtwey / Philipp Staab, Die Avantgarde des digitalen Kapitalismus, *Mittelweg* 36 24(2015), 6, S. 59-84, hier S. 81.

[8] Simon Schaupp, From the "Führer" to the "sextoy": The techno-politics of algorithmic work control, in: *sci five*, 14.9.2018.

