



Karl Täuscher | Universität Bayreuth

Die dunkle Seite flexibler Arbeits- und Organisationsformen

Arbeit wird zunehmend flexibilisiert. Einen erheblichen Anteil daran haben Online-Plattformen wie Übernachtungsvermittler Airbnb, Fahrdienst-Vermittler Uber oder Arbeitskräftevermittler Helpling. Laut einer Studie der University of Hertfordshire verdienen allein in Deutschland anderthalb Millionen Menschen – bzw. 2,5 % aller Erwerbstätigen – ihre primären Einkünfte über Online-Plattformen. Online-Plattformen haben in den letzten Jahren eine Vielzahl von neuartigen und finanziell lukrativen Formen der selbstständigen Erwerbstätigkeit ermöglicht, die Teilnehmern eine hohe Flexibilität in ihrer Arbeitsgestaltung ermöglichen. Plattformen stellen nicht zuletzt durch eine hohe Transaktionseffektivität eine attraktive Alternative zu traditionellen Erwerbsformen dar. Es ist daher nicht verwunderlich, dass nationale und regionale Wirtschaftspolitik zunehmend zur Förderung und regulatorischen Unterstützung derartiger Erwerbsformen angehalten werden.

Mögliche Schattenseiten Plattform-basierter Arbeit werden bisher primär aus Sicht etablierter Wettbewerber und externer Stakeholder betrachtet. Beispielsweise gibt es eine rege Diskussion, inwieweit etablierte Marktteilnehmer – wie Taxiunternehmen im Fall von Uber – und externe Stakeholder – wie Anwohner im Fall von Airbnb – vor Plattform-basierten Arbeitsangeboten geschützt werden sollten. Deutlich weniger diskutiert werden dabei die sozioökonomischen Risiken für Plattform-Arbeiter, also Individuen und kleine Unternehmen, die ihre Einkünfte primär über Plattformen erwirtschaften. Wirtschaftspolitiker sollten diese Risiken jedoch kennen, um informierte Entscheidungen zur Regulierung Plattform-basierter Arbeit zu treffen. In meinem Beitrag werde ich zunächst drei Thesen aufstellen, die drei sozioökonomische Risiken für Plattform-Arbeiter darstellen. Im Anschluss freue ich mich, mit Ihnen gemeinsam mögliche Lösungen zu diskutieren.

These 1: Plattformen-Arbeiter stehen in zunehmender Konkurrenz zueinander.

Dadurch werden die durchschnittlichen Einkünfte für Plattform-Arbeiter langfristig sinken.

Um mögliche Risiken für Plattform-Entrepreneure abzuschätzen, bedarf es zunächst eines Grundverständnisses der ökonomischen Mechanismen von Plattformen. Plattformen unterliegen positiven Netzwerkeffekten zwischen Konsumenten und Arbeitern: ein Zuwachs

an Konsumenten auf der Plattform erhöht den Plattform-Nutzen für Arbeiter – und umgekehrt. In frühen Wachstumsphasen sind Plattformen daher darauf optimiert, möglichst hohen Nutzen für Konsumenten und Anbieter zu liefern. Anbieter arbeiten in dieser Phase gemeinsam daran, die Plattform durch ihre Angebote möglichst attraktiv zu machen. Während der positive Netzwerkeffekt mit zunehmender Netzwerkgröße abnimmt, treten negative Netzwerkeffekte zwischen Arbeitern auf. Wie in jedem anderen gesättigten Markt, steigt der Wettbewerbsdruck für jeden Plattform-Arbeiter mit einer höheren Gesamtdichte an Arbeitern. Die Folge sind eine zunehmende Kommodifizierung von Plattform-Arbeitern sowie ein einhergehender Preisdruck für einzelne Arbeiter. In der Folge verschiebt sich das Machtgefüge zugunsten des Plattform-Anbieters, der geringere finanzielle und nicht-finanzielle Anreize für eine Marktteilnahme liefern muss. Arbeiter von Arbeitsvermittlungs-Plattformen klagen beispielsweise vermehrt darüber, dass Plattformen sie faktisch dazu verpflichten, über gesetzliche geregelte Arbeitszeiten hinaus und unter immensem Produktivitätsdruck zu arbeiten. Die unzureichende Vertragssituation zwischen Plattform-Anbieter und -Arbeiter führt daher nicht nur zur Flexibilisierung, sondern schürt auch Ängste über mögliche Zugangsbeschränkungen zur Plattform. Auf Plattformen, auf denen Arbeiter für digitale Services selbstbestimmte Preise setzen können (z.B. für digitale Designs oder Online-Nachhilfe) treten Anbieter zunehmend in aggressive Preiskämpfe, in denen Leistungen zu Dumping-Preisen angeboten werden. Die ortsflexible Erbringung dieser digitalen Services ermöglicht es dabei, diese Services aus Ländern mit deutlich geringeren Lebenshaltungskosten anzubieten und damit in Deutschland ansässige Anbieter systematisch aus dem Wettbewerb zu drängen. Der zunehmende Wettbewerb zwischen Plattform-Arbeitern drückt dabei trotz steigender Nachfrage die durchschnittlichen Erlöse pro Plattform-Arbeiter.

These 2: Einzigartige Datenressourcen ermöglichen es Plattform-Anbietern effektiver in den Wettbewerb mit Plattform-Arbeitern zu treten oder diese zu eliminieren. Ein erheblicher Teil Plattform-basierter Erwerbsmöglichkeiten wird nur von kurzer Dauer Bestand haben.

Die selbstverstärkende Rolle von Netzwerkeffekten führt zudem oftmals zu Winner-take-all-Dynamiken, in denen die führende Plattform allein aufgrund ihrer Größe zunehmend Marktanteile gewinnt und eine monopolartige Marktstellung einnimmt. Sobald eine Plattform eine monopolartige Stellung eingenommen hat, kann sie es sich sogar leisten, direkt in den Wettbewerb mit Plattform-Arbeitern zu treten oder diese gänzlich zu ersetzen. In der Praxis gibt es dafür bisher wenige Beispiele, da diese Märkte sich in einer verhältnismäßig zeitigen Entwicklungsphase befinden. In Ansätzen lassen sich aber eliminierende Tendenzen bereits bei internationalen Marktführern wie Amazon und Uber beobachten. Eine umfangreiche Amazon-Studie zeigt beispielsweise auf, wie Amazon zunehmend in den direkten Wettbewerb mit Drittanbietern auf dem Amazon-Marktplatz tritt. Aufgrund der einzigartigen Datenressourcen ist das Unternehmen dabei in der Lage, systematisch die lukrativsten Marktsegmente innerhalb des breiten Amazon-Marktplatzes zu identifizieren und mit eigenen Produkten die Drittanbieter aus diesen Marktsegmenten zu verdrängen. Diese Risiken sind tendenziell noch höher, wenn Plattformen digitale Güter anbieten (z.B. Online-Kurse), da sich die Kosten digitaler Güter traditionell einem Grenzwert von Null annähern und die Profitabilität proportional zur höheren Verkaufsmenge steigt.

Andere Plattform-Anbieter arbeiten dabei sogar direkt an der Eliminierung von Arbeitskräften innerhalb ihrer Geschäftsmodelle. Uber hat beispielsweise bereits über eine Milliarde US-Dollar in selbstfahrende Autos investiert, die selbstständige Fahrer bereits in naher Zukunft überflüssig machen könnten. Plattformen haben mit steigender Marktmacht, Reichweite, Investitionskraft und Datenressourcen daher zunehmend Anreize und Möglichkeiten, um neu entstehende, flexible Arbeitsmärkte erheblich einzuschränken.

These 3: Nutzerbewertungen sind eine zentrale Ressource Plattform-basierter Arbeit und führen zu erheblichen Markteintrittshürden.

Ein zentrales Merkmal der Plattform-Ökonomie sind Nutzer-basierte Bewertungssysteme, die es Plattform-Arbeitern ermöglicht, eine transparente Reputation aufzubauen. Bisherige Studien zeigen, dass die Anzahl und Durchschnittswertung vorheriger Kunden eine höhere Bedeutung auf Konsumentenentscheidungen haben, als alle anderen Attribute eines Plattform-Arbeiters. Diese Bewertungen sind jedoch vollständig an eine bestimmte Plattform gebunden und können dadurch zu erheblichen Lock-in-Effekten führen, die Plattform-Arbeiter faktisch an eine einzelne Plattform binden. Zudem stellen Bewertungen eine zunehmend teure Markteintrittshürde für neue Plattform-Arbeiter dar. Neuangemeldete Gastgeber auf Airbnb müssen oftmals ihre Wohnung für mehrere Monate zu Billigpreisen anbieten, um mit Gastgebern mit erfolgreicher Bewertungshistorie konkurrieren zu können.

Die drei genannten Risiken sind dabei nicht gänzlich neu. Unternehmer in vielen Wirtschaftsbereichen sehen sich ansteigendem Wettbewerbsdruck, der Verdrängung durch marktbeherrschende Akteure, oder Ressourcen-Abhängigkeit gegenüber. Im Gegensatz zu Märkten außerhalb von Plattform-Ökosystemen stehen die unternehmerischen Risiken von Plattform-Arbeitern jedoch nicht im gleichen Maße unternehmerischen Erfolgchancen gegenüber. Zudem lassen sich Plattform-basierte Arbeitsmärkte vergleichsweise wenig regulieren, da führende Plattformen einen nahezu staatsähnlichen Raum bilden, in dem Wettbewerbsfairness und der Schutz persönlicher Ressourcen von den Gesetzen des Plattform-Anbieters abhängig sind. Um die zweifelsohne bestehenden Chancen Plattform-basierter Arbeit nutzen zu können, bedarf es daher zeitnah entsprechender Initiativen, die Plattform-basierte Quasi-Arbeitnehmerschaft schützen und fair gestalten kann. Ich freue mich mit Ihnen im Anschluss Lösungen zu diskutieren, um eine sozialwirtschaftlich verträgliche Zukunft von Plattform-basierter Arbeit zu ermöglichen.

ⁱ Huws U, Spencer LH, Syrdal, Dag S., Holts, Kaire (2017): Work in the European Gig Economy. Research Results from the UK, Sweden, Germany, Austria, the Netherlands, Switzerland and Italy. Url: <http://www.feps-europe.eu/assets/9d13a6d2-5973-4131-b9c8-3ca5100f92d4/work-in-the-european-gig-full-report-pppdf.pdf>

ⁱⁱ Zhu F, Liu Q (2014): Competing with Complementors. An Empirical Look at Amazon.com. *SSRN Electronic Journal*.

ⁱⁱⁱ QZ.com (2018): Uber is buying \$1 billion worth of self-driving cars from Volvo. Source: <https://qz.com/1133802/uber-is-buying-1-billion-worth-of-self-driving-xc90-cars-from-volvo/>

