

Finanzregime und Plattformökonomie

Joseph Vogl

Der Stand des gegenwärtigen Finanzregimes zeichnet sich durch die Konvergenz zweier Entwicklungslinien aus. Auf der einen Seite hatten die Neuordnung der Finanzmärkte seit den siebziger Jahren und die Finanzialisierung der Weltwirtschaft zu einer Dominanz finanzökonomischer Reproduktionszyklen geführt, deren Wirkungen und Konsequenzen in rein ökonomischen Begriffen nicht fassbar sind. Im Geflecht aus politischen Institutionen, internationalen Organisationen, global operierenden Konzernen und Marktprozessen hatte sich eine transgouvernementale Handlungsmacht formiert, die über nationalstaatliche Grenzen hinweg unmittelbar in die Entscheidungsprozesse von Regierungen, Gesellschaften und Volkswirtschaften interveniert. Dabei hatte sich gerade die Krisenpolitik der Jahre nach 2007 nicht als Unterbrechung, sondern als Verschärfung eines langfristigen Trends und als Befestigung eines Finanzsystems erwiesen, dessen inhärente Instabilität durch eine Umverteilung der Lasten, durch die robuste Erschließung und Nutzung sozioökonomischer Ressourcen kompensiert werden konnte. Andererseits wäre dieser Übergang von einem regierungsgestützten zu einem marktgestützten Finanzwesen ohne eine Informatisierung der Kapitalmärkte nicht möglich gewesen. Unter der Bedingung elektronischer und digitaler Medien hat sich eine Fusion von Finanztransaktionen, Börsenhandel, Informationstheorie und Kommunikationstechnologien eingestellt. Was man bis heute etwas ratlos Digitalisierung nennt, ist nicht einfach durch die Umwandlung analoger Werte in digitale Formate und die Diffusion solcher Technologien in alle möglichen sozialen, politischen und ökonomischen Bereiche charakterisiert. Abgesehen davon, dass damit notorische Veränderungen in Produktions- und Kommunikationsweisen, in Unternehmensstrukturen und Management, in Eigentums- und Arbeitsverhältnissen adressiert werden müssen, sind globale Digitalisierungseffekte nicht zuletzt einer wechselseitigen Verschränkung bzw. Verstärkung von Finanz- und Informationsökonomie geschuldet, die seit den achtziger Jahren zur Expansion des Finanzsektors und zur Hegemonie des Finanzmarktkapitalismus führte. Zudem hatte eine Politik niedriger Leitzinsen und billigen Geldes in den letzten Jahrzehnten günstige Gelegenheiten der Wertextraktion geschaffen, die zum konjunkturellen Schwung auf Finanz-, Immobilien- und Technologiemarkten beitrug. Gerade eine Situation, in der das Volumen der zirkulierenden Geldmengen und die Expansion von Kapitalmärkten sich von den Investitionen in den industriellen Sektor sowie von der Dynamik des Wirtschaftswachstums abgekoppelt haben und steigende Profitraten sinkenden Investitionsquoten gegenüberstehen (Philipponnat 2017, 18-19; Scialom 2019, 62-64), musste die Frage nach noch unerschlossenen Quellen der Wertschöpfung bzw. der Produktion von Mehrwert, mithin nach der Überwindung von Grenzen kapitalistischer Expansion aufwerfen. Vor diesem

Bei dem folgenden Text handelt es sich um einen Auszug aus Joseph Vogls neuem Buch „Kapital und Ressentiment. Eine kurze Theorie der Gegenwart“ (München, C.H.Beck, 2021).

Hintergrund haben die Informatisierung der Finanzbranche und die Finanzialisierung der Informationsökonomie schließlich die Voraussetzung für die Einrichtung und Durchsetzung von Geschäftsmodellen geschaffen, für die seit geraumer Zeit der Titel einer Internet- oder Plattformökonomie kursiert.

Bereits der Name hatte emblematischen Charakter. Denn ‚Priceline‘ war Ende der neunziger Jahre nicht bloß zu einem Synonym für ‚Nenn deinen eigenen Preis‘ und somit für ein patentiertes Auktionsmodell geworden, mit dem mögliche Käufer von Flugreisen ihre Preisvorstellungen für Tickets über eine Internetplattform soufflieren konnten, um dann passende Angebote von Fluggesellschaften für bislang ungenutzte Sitzplätze auf den gewünschten Verkehrstrecken zu erhalten. Vielmehr hatte man es am Beispiel der 1997 gegründeten Internetfirma Priceline.com mit der intrikaten Frage zu tun, wie genau sich diese Preisfindung als Geschäft zur Bepreisung des Geschäftsmodells selbst verhalten mag. Ausgestattet mit fachlichen Expertisen, die aus den unterschiedlichsten Branchen von der Werbeindustrie über Medien-, Finanz- und Technologieunternehmen bis hin zu Hollywood stammten, stellte man sich diese Frage auf besonders dringliche Weise im März 1999, als das Unternehmen nach dem Vorbild einer Reihe von überaus glücklichen Börsengängen – etwa von American Online, Yahoo! oder eBay – einen eigenen Börsenstart auf Nasdaq vorbereitete. Einerseits wurde interessierten Investoren auf der Eröffnungsparty, die man mit dem Charme eines glamourösen US-amerikanischen Highschool-Balls in Manhattan veranstaltete, ein revolutionäres Unternehmensprogramm in Aussicht gestellt, das, finanziert von der Investmentbank Morgan Stanley und mit einer Belegschaft von weniger als zweihundert Leuten betrieben, nicht nur das Geschäft mit Flugtickets, sondern womöglich auch den Handel mit Automobilen, Hypotheken, Versicherungen, Finanzdienstleistungen, Immobilien, Hotelzimmern oder gar dem Rest der Warenwelt umstürzen sollte – eine Huldigung an das neue Idol der ‚Disruption‘. Andererseits musste Priceline die besagten Tickets bislang unter dem Einstandspreis verkaufen, und zusammen mit Entwicklungs- und Werbekosten sowie mit der Ausgabe von Aktienoptionen an Fluggesellschaften hatte die Firma allein im Jahr 1998 einen Verlust von 114 Millionen Dollar gemacht. Und mehr noch: im Börsenprospekt, in jenem Dokument, das Kapitalgesellschaften zwecks Börsengang bei der amerikanischen Börsenaufsichtsbehörde SEC (Securities and Exchange Commission) vorzulegen haben, wurden folgende Warnhinweise fettgedruckt ausformuliert: „Wir sind nicht rentabel und erwarten weiterhin, Verluste zu machen“; „[u]nser Geschäftsmodell ist völlig neuartig und noch unerprobt“; „[u]nsere Marke könnte die breite Anerkennung verfehlen, die für einen Erfolg nötig ist“; oder: „Es ist durchaus möglich, dass wir unseren künftigen Kapitalbedarf nicht werden decken können“.^[1] Es blieb also die schwierige Frage bestehen, auf welche Weise man mit angekündigtem Ruin, mit flagranten wie erwartbaren Verlusten tatsächlich Börsengewinne zu erzielen vermag.

Am Morgen des 30. März 1999 wurde zum Handelsbeginn von Nasdaq jedenfalls ein Geschehen angestoßen, dessen Dynamik die Serie älterer Fälle schlicht überholte. Zehn Millionen Aktien von Priceline.com sollten zunächst für jeweils sieben bis neun Dollar angeboten werden, kamen dann mit einem Wert von je sechzehn Dollar auf den Markt, der schnell auf einen Preis von 85 Dollar anstieg und am Börsenschluss des selben Tages bei 68 Dollar, also mit einem Plus von 425 Prozent notierte. Dem Unternehmen wurde damit eine Kapitalisierung von fast zehn Milliarden Dollar beschert, die den

[1] Priceline.com Prospectus, 18. März 1999, 1-21, zit. nach Cassidy (2003, 5).

Aktienwert von United, Continental und Northwestern Airlines zusammen übertraf. Und nur ein paar Wochen später landeten die Priceline-Aktien dann bei einer Notierung von 150 Dollar pro Stück und verschafften dem Unternehmen eine Bewertung, die höher als die der gesamten kommerziellen Luftfahrtgesellschaften in den USA lag.

Dabei lässt sich dieser erhabene Preissprung nicht nur als Resultat einer euphorischen Börsenkonjunktur samt ‚Herdentrieb‘ gegen Ende der neunziger Jahre begreifen, die ratlose Kommentatoren über die „Lächerlichkeit“ der Informations- und Preisbildungsmechanismen an den Technologiebörsen nachdenken ließ und als so genannte dot.com-‚Blase‘ mit dem Einbruch von 2000 an ein vorläufiges, aber jähes Ende geriet – der Kurs von Priceline war dann selbst um 97 Prozent auf einen Preis von weniger als zwei Dollar pro Aktie abgestürzt (Cassidy 2003, 2-5, 8, 216-219 u. 307; Ingebretsen 2002, 220 u. 235). Vielmehr müssen Priceline.com und verwandte Firmen, deren Börsengang und deren Geschäftsideen als herausragende Beispiele dafür gelten, warum spätestens seit den 1990er Jahren Finanzexperten, Investmentbanker, Wagniskapitalisten und finanzökonomische Visionäre mit Blick auf neue Internet- und Plattformunternehmen „so begeistert über die Möglichkeiten von Internet-Investitionen sowie die Wertentwicklung des Aktienmarktes“ und gleichzeitig etwas „nervös angesichts der entsprechenden Bewertungsniveaus“ reagierten. Man mochte darin gar eine „grundlegende Veränderung im amerikanischen Kapitalismus“ erkennen, jedenfalls eine Zeit, in der es sich lohnte, „radikal rücksichtslos“ zu agieren und wieder einmal unverhohlen „Landnahme“ zu betreiben – „a landgrab time“ (Meeker/De Puy 1996, 1).^[2]

Auch wenn man konzedieren musste, dass dieser neue Markt und sein Potential schwierig einzuschätzen und zu definieren wären, schien sich hier eine überaus effiziente Fusion zwischen Finanzkapital und neuen Unternehmensformaten anzubahnen, erfreuliche Aussichten jedenfalls für Investmentgesellschaften und *venture capital*, mit denen die Formierung des Internet ins Zentrum finanzkapitalistischer Interessen rückte und bislang unbekannte Wertschöpfungsmöglichkeiten erahnen ließ. Das in IT-, Technologie- und Internetfirmen investierte Wagniskapital vervierfachte sich zwischen 1996 und 2000; mehr als 50.000 neu gegründete Firmen wurden mit mehr als 256 Milliarden Dollar mit dem Auftrag zur Kommerzialisierung des Internets finanziert, in den Jahren 1999 und 2000 wurden achtzig Prozent des *venture capital* für solche Projekte aufgewendet, zwischen 1997 und 2000 lag der Kursgewinn von Technologieaktien im Durchschnitt bei dreihundert Prozent und führte eine Marktkapitalisierung von fünf Billionen Dollar herbei. Selbst der spätere Aufstieg chinesischer Plattformen wie Alibaba und Tencent ist den Investitionen ausländischen – u.a. amerikanischen und japanischen – Risikokapitals geschuldet und hat zu Börsennotierungen dieser Firmen auf Nasdaq geführt (Srnicsek 2017, 20-21; Crain 2014, 374; Staab 2019, 18-19). Die Allianz von Internet und Finanz hat die Vision einer neuen globalen Gründerzeit aufgerufen und sich offenbar als ebenso profitabel wie unverbrüchlich erwiesen.

Dies verwundert allerdings umso mehr, als es jahrzehntelang nahezu unmöglich gewesen war, Profitinteressen auf die entstehenden Netzwerktechnologien zu lenken. Während Börsengeschäfte bereits seit den siebziger Jahren auf den Ausbau elektronischer Plattformen drängten, haben die aus der militärischen Forschung hervorgegangenen Computernetze für paketvermit-

[2] Vgl. ebenso die Äußerungen der prominenten Analystin Mary Meeker und des Chefs der Abteilung für Investment Banking von Morgan Stanley Joseph Perella, zit. nach Cassidy (2003, 216 u. 218).

telte Datenübertragung zunächst keinerlei investierende Neugierde geweckt. Ende der sechziger Jahre lehnte IBM ein Angebot zur computertechnischen Ausrüstung des ARPANET ab, wenig später sah der Telekom-Monopolist AT&T eine Beteiligung am Netz als wenig profitabel an, wie sich überhaupt bis über die siebziger Jahre hinaus kein Privatunternehmen zu kommerziellen Nutzungsideen der zwischen militärischen und akademischen Institutionen entwickelten Netzwerke verleiten ließ. Erst nachdem das alte ARPANET abgeschaltet war, nachdem Softwarelösungen für die Integration, Standardisierung und Homogenisierung unterschiedlicher Netzformen in einem Supernetz (etwa durch die Datenformate und Protokolle HTML, HTTP, HTTPS und URL) realisiert wurden, nachdem man mehrere hundert Milliarden Dollar an öffentlichen Mitteln in Netztechnik investiert und mit dem National Science Foundation Network (NSFNET) die Grundlage einer allseits zugänglichen und schnell wachsenden Netzstruktur geliefert hatte, wurde die private Bewirtschaftung dieser öffentlichen Ressourcen allmählich attraktiv. Anfang der neunziger Jahre entstanden die ersten, kaum beachteten Vorschläge und Arbeitspapiere zur Privatisierung des Internets, die Restriktion des auf ‚Forschung und Lehre‘ spezialisierten NSFNET wurden gelockert und dessen Datenleitungen für private Internetdienstleister freigegeben. Nach geheimen Verhandlungen zwischen Regierung und Privatunternehmen wurde in den USA schließlich der Telecommunications Act von 1996 verabschiedet, der eine Deregulierung des amerikanischen Telekommunikationsmarktes verfolgte und den Gnadestoß gegen die öffentliche Domäne der Netzkommunikation vollführte. Die Privatisierung hat zur Konzentration von Marktmacht und zur Re-Regulierung zugunsten der Interessen von Großunternehmen geführt, das gegenwärtige Internet wurde nicht mit der Entwicklung von Netztechnologien, sondern mit der Transformation öffentlicher Dienste in kapitalistische Unternehmensstrukturen geboren. Diese Wendung hat auch das Genre von Grab- und Trauerreden begründet, mit denen ältere Netzaktivisten bis heute den Verlust der einstmalig gehegten Demokratiehoffnungen in den Netzwerkgesellschaften beklagen.[3]

Die Genealogie des Internets geht also nicht geradewegs auf eine militärisch-industrielle Einrichtung im Zeichen des kalten Krieges zurück, sie zeichnet vielmehr eine Linie, die von Finanzmärkten und Börsengeschäften über *shadow banking* und *over-the-counter*-Handel, über elektronische und computergestützte Handelssysteme bis zur Privatisierung informationstechnischer Infrastrukturen reicht. Einerseits konnte man nachweisen, dass die wesentlichen Bausteine der Hard- und Software im Bereich der Informations- bzw. Internettechnologie – von ersten Netzprojekten bis zum Touchscreen, von Internetprotokollen bis zu Mikroprozessoren, von Betriebssystemen bis zu Email-Programmen – aus Militärausgaben und staatlichen Subventionen für akademische und semiprivat Forschungen hervorgegangen sind; und gerade der Geschäftserfolg von so genannten Risikokapitalisten aus dem Silicon Valley rührte nicht zuletzt daher, dass diese aus sicherem Abstand und oft erst Dekaden später in die nun marktgerecht präparierten Technologien investierten. Solche Entwicklungen haben die notorischen Legenden durchkreuzt, mit denen ein heroisch gestimmter kapitalistischer Geist sich selbst und andere immer wieder vom abenteuerlichen Schwung seiner Investitionen, von der kühnen Förderung technologischer Neuheiten, vom finanzökonomischen Feinsinn für den unglaublichen Erfindergeist der Garagen-Startups überzeugen wollte. Wie schon andere Marktschauplätze in

[3] Zur Entstehung und Privatisierung des Internet vgl. Cassidy (2003, 9-24); McChesney (2013, 98-109) – Eines der jüngsten Beispiele für Trauerrede und Abgesang: Lovink (2019).

der Geschichte des Kapitalismus wurde auch der Digital- und Internetmarkt mit großen politischen Energien vorbereitet, geformt und durchgesetzt, und die Geschichte der Entstehung digitaler Netzwerke muss darum leicht korrigiert und als eine Variation auf jenen Plot erzählt werden, der von sozialisierten Investitionsrisiken zu privatisierten Renditen hinüberführt (Mazzucato 2015, 6, 29, 99-119, 182 u. passim).

Andererseits hat erst die Besetzung der bereits vorhandenen digitalen Netzwerke durch das Finanzkapital die Entstehung und Expansion des gegenwärtigen Internets ermöglicht. Die robuste Privatisierung von Netzarchitekturen hat die Voraussetzung dafür geschaffen, dass sich die Interessen von Finanz- und Börsenmärkten unmittelbar in den Formaten von Technologie- und Internetfirmen wiederfinden ließen, und wahrscheinlich hat gerade diese Allianz von Finanzkapital und Information in den so genannten Plattformindustrien wesentlich zur jüngsten Mutation des Finanzmarktkapitalismus seit den neunziger Jahren beigetragen. Dabei geht es in dieser wechselseitigen Zuneigung einerseits um eine gemeinsame Vorliebe für *brokerage* und Maklerwesen, mit dem – auf Finanzmärkten wie auf digitalen Plattformen – Techniken, Verfahren und intermediäre Infrastrukturen für eine wertschöpfende Vermittlung zwischen Angeboten und Nachfragen aller Art organisiert werden. Denn abgesehen davon, dass Finanzprodukte mit anderen digitalen Gütern die Materialität von Software-betriebenen Datenobjekten teilen und hier wie dort Datenbroker agieren, setzen Finanz- wie Internetindustrie gleichermaßen auf algorithmische Marktoperationen. So konnte man zeigen, dass beide Märkte durch Produkte strukturiert werden, die sich durch endlose Skalierbarkeit, einfache Distribution und Nicht-Rivalität (also Unknappheit) auszeichnen. Die Auktionsverfahren, mit denen etwa bei Google Werbefläche, Suchbegriffe und linguistisches Material überhaupt versteigert und bepreist werden, gleichen jenen Operationen, welche die Preisfindung und den Vertrieb von Finanzderivaten bestimmen; ähnliches gilt für die Algorithmen, welche die Vorhersage von Nachfrageentwicklungen bei Amazon automatisieren (Staab 2019, 104, 109-111, 170 u. 245). Andererseits sind Finanz- und Plattformunternehmen durch historische Filiationenbeziehungen und gemeinsame Wachstumsdynamiken verknüpft. Wenn tatsächlich die Herkunft von Plattformgeschäften auf die Logik des Finanz- und Börsenhandels zurückgeführt werden kann (Parker et al. 2016, 5 u. 274-275)[4], so liegt das nicht zuletzt an Geschäftsmodellen, mit denen die digitale Ökonomie dem Finanzkapital selbst neue Ressourcen und Expansionsmöglichkeiten, vor allem aber die Sicherung und Stabilisierung hegemonialer Strukturen verschaffte.

Nimmt man den vorübergehenden Erfolg von Priceline.com als Beispiel oder Emblem dafür, was später – und über alle Unterschiede hinweg – auch einen gemeinsamen Nenner von Unternehmen wie Google, Amazon, Facebook, Apple, Uber, Airbnb, TaskRabbit, Foodora etc. ausmachen wird, so liegt eine erste finanzökonomische Attraktion der Plattform- und Internetfirmen in der Auslagerung von Kosten, die mit der Pflege und mit dem sorgenvollen Aufwand für alle Varianten von Fixkapital verbunden sind. Das betrifft die materiellen Widerstände jener konstanten Kapitalsorten, die sich durch Abnutzung, Verschleiß und durch endliche Lebensperioden überhaupt auszeichnen. Es ist das Ei des Columbus von Plattformgeschäften, dass man dort Autofahrten ohne den Besitz von Fahrzeugen, Unterkünfte ohne Immobilienbesitz, Raumpflege ohne Putzeimer, Mahlzeiten ohne Küchenmobiliar

[4] Zur Filiation zwischen Finanz- und Internetökonomie vgl. Staab (2019, 82-149).

oder Flugreisen ohne Wartung und Betrieb von Flugapparaten anbieten kann. Allenfalls ist eine Kontrolle darüber nötig, wie so genannte ‚unabhängige Kontraktoren‘ ihr eigenes, meist überschaubares Fixkapital selbst erhalten und kontrollieren, und gerade die Verabschiedung von den darin verkörperten Produktionsmitteln hat zu jenen wundersamen Größenverhältnissen beigetragen, in denen der Markt- oder Börsenwert von Priceline, Uber oder Airbnb den von traditionellen Gewerben wie Fluggesellschaften, BMW AG oder Hilton Worldwide um Längen geschlagen hat (vgl. Srnicek (2017, 75-76)).

Abgesehen davon, dass man Plattformgeschäften wie Finanzmärkten gleichermaßen geringe Friktionen und hohe Informationseffizienz sowie eine signifikante Reduzierung von Transaktions- und Opportunitätskosten nachsagen konnte (Cassidy 2003, 146), liegt eine weitere Anziehungskraft für Investoren aus der Finanzbranche in der Produktion von Netzwerkeffekten. Diese bestehen darin, dass Nutzer – direkt oder indirekt – Nutzer generieren, dass auf Plattformen eine steigende Anzahl von Nutzern steigende Nutzerzahlen hervorrufen, sich also gleichsam verzinsen und über positive Rückkopplungseffekte dem Potenzgesetz folgen und Exponentialkurven – das Lieblingsdiagramm solcher Firmen – fabrizieren. Zudem werden in Netzwerken mit einem linearen Wachstum von Knoten nicht-lineare oder konvexe Wachstumskurven von Verknüpfungen ausgewiesen. Dadurch werden in Idealfällen Wachstumsgrenzen perforiert oder beseitigt, Marginal- bzw. Grenzkosten minimiert: Für das Management zusätzlicher Taxifahrten oder Unterkünfte muss man dann eben nicht mehr die Fahrzeugflotte oder den Immobilienbestand, sondern nur die Rechnerkapazitäten erweitern (wobei es die Belegung des Geschäfts zuweilen sinnvoll erscheinen lässt, Wachstum selbst zu simulieren und – wie bei Uber – Phantomtaxis herumkutschieren zu lassen) (Srnicek 2017, 45-47; Parker et al. 2016, 20; McChesney 2013, 132).^[5] Die Marginalkosten tendieren gegen Null. Schließlich hat man es dabei mit Wirkungen zu tun, die von Ökonomen als Spezialität von Plattformgeschäften und als besondere Version von ‚Skaleneffekten‘ ausgemacht wurden. Während sich solche Effekte in der industriellen Massenproduktion auf der Angebotsseite einstellen und etwa zu sinkenden Kosten bei steigenden Produktionszahlen und somit zu Wettbewerbsvorteilen führen, zeichnen sich die Plattformökonomien in Informationsnetzwerken durch ‚nachfrageorientierte Skaleneffekte‘ (Parker et al. 2016, 18-20; McChesney 2013, 131-133; Grewal 2008, 17-18; Haucap/Stühmeier 2016, 186) aus, durch Effekte also, mit denen insbesondere die Aktivitäten von Nutzern den Nutzen von Nutzeraktivitäten innerhalb der Plattformen steigern und die Wirksamkeit von *pull*-Faktoren und Inklusionskräften verstärken.

Auf der einen Seite werden dadurch Dynamiken favorisiert, in denen Netzwerkeffekte hoch konzentrierte Marktstrukturen und diese wiederum eine Erhöhung von Netzwerkeffekten hervorbringen, und den Plattform- und Internetfirmen hatte man darum eine immanente, gleichsam naturwüchsige Tendenz zur Mono- bzw. Oligopolbildung attestiert. Das zeigte sich insbesondere nach den Einbrüchen von 2000 und 2008, die neben Marktberäuberungen auch eine Woge von Fusionen und Firmenübernahmen ausgelöst haben. Im Zeichen billigen Geldes und niedriger Zinsen ergänzten sie die Finanz- und Immobilienkonjunkturen um einen Technologieboom und führten überdies zu den markbeherrschenden Positionen von Konzernen wie Apple, Alphabet, Facebook oder Amazon (seit 2012 hat etwa Google bzw. Alpha-

[5] Zur Feier von Exponentialkurven und des Potenzgesetzes (als Prinzip des Universums überhaupt) vgl. Thiel (2014, 82-92).

bet Inc. im Schnitt ein Unternehmen pro Woche akquiriert) (Srnicek 2017, 45, 59 u. 86; McChesney 2013, 131; Mazepa/Mosco 2016, 164-165). Wahrscheinlich ist damit auch ein Resonanzraum geschaffen worden, in dem sich gerade in den USA ein kapitalistischer Mentalitätswandel andeutet, und zwar mit überraschenden Verlautbarungen, die gegen den alten liberalen Fetisch des Wettbewerbs die neue libertäre Segnung des Monopolisten halten: *Start small and monopolize* (Peter Thiel). Demnach komme die Verabschiedung vom „deliranten Chaos der Kompetition“ – wie bei Google – der „Sorge“ um Arbeitskräfte, Produkte und die „Welt“ insgesamt zu Gute, und gerade weil die eigene Firmenexistenz nicht mehr durch unbequeme Konkurrenten gefährdet sei, könne man sich einem „moralischen“ Aufschwung verpflichten, in dem der „Monopolprofit“ vom „Überlebenskampf“ und bloßer „Geldmacherei“ erlöse; mit einer „Handvoll Monopolisten“ werden die Zerstörungen des Kapitalismus nun wirklich „schöpferisch“, um sich schließlich zu einer progressiven sozialen Kraft ausbilden zu können.[6] Wie für gute Kapitalisten der Wettbewerb immer schon eine ebenso beschwerliche wie lästige Angelegenheit war, die man besser anderen – kleineren Gewerben oder Lohnabhängigen – überlässt, so spricht auch aus den Herzen oder Charaktermasken dieser Industrien unverblümt der Hang zur Herrschaft eines neuen Monopolkapitals, das eben mit den jüngsten ‚schöpferischen Zerstörungen‘ nicht ein Absterben des Kapitalismus, sondern dessen Bestandsicherung meint. Oder anders und direkt gesagt: „Eigentlich sind Kapitalismus und Wettbewerb Gegensätze. Kapitalismus basiert auf der Akkumulation von Kapital, aber in einem perfekten Wettbewerb werden alle Gewinne durch den Konkurrenzkampf vernichtet“ (Thiel 2014, 25 u. 53).

Auf der anderen Seite sind es gerade diese Versprechen von Wachstum und Marktbeherrschung, die das investierende Finanzkapital herbeigelockt und zu jenen Allianzen verführt haben, in denen Börsengänge nicht zur Finanzierung von profitablen Unternehmen, sondern umgekehrt Unternehmen zur Finanzierung von profitablen Börsengängen genutzt werden. Wie es bereits während der Dot.com-Konjunktur eingeübt wurde, geht es dabei zunächst um kurzfristige Investitionen von Risikokapital und Private Equity sowie um die Schaffung von Portfoliogesellschaften, über die in beschleunigten Börsengängen – insbesondere auf Nasdaq – schnelle Gewinnauszahlungen bzw. Exitgewinne realisiert werden können. Das Interesse am Vertrieb von Dienstleistungen oder Produkten tritt gegenüber der Neigung zur Befeuern von Kurssteigerungen zurück. Dies folgt dem Leitsatz ‚Wachstum vor Profit‘ (*get big fast*); und so wenig dabei fragwürdige oder fehlende Rentabilitäten eine entscheidende Rolle spielen (Ubers Taxifahrten waren bislang ebenso defizitär wie – im Gegensatz zu Cloud-Diensten – der Lieferservice von Amazon Prime), so sehr wird der Marktwert der Unternehmen von der Hoffnung auf so genannte Disruptionen und „Monstermärkte“ getrieben, also von den Aussichten, mit lärmenden Marktauftritten expandierende Märkte mono- bzw. oligopolistisch zu zersetzen. Nicht von ungefähr wurden etwa im vierten Quartal des Jahres 1999 bei typischen Dot.com-Unternehmen 97 Prozent der Einnahmen für Vertrieb und Marketing aufgewendet; die Investitionen in Werbung und Markenpolitik sollen mit der Maximierung von *branding* und *mind share*, also der Erzeugung von Aufmerksamkeit und Popularität, maximierte Marktanteile versprechen, um mit diesen Versprechungen wiederum Marktbewertungen zu befeuern. Auch hier folgt man der Neigung, die Bewertung von Unternehmen allein den Meinungs-

[6] Bemerkungen des Chefredakteurs von *Wired* und des PayPal-Gründers Peter Thiel, zit. nach McChesney (2013, 141-142); Nachtwey/Seidel 2017, 27; vgl. Parker et al. 2016, 79; Staab 2019, 23-27.

märkten, *brand awareness* und *marketing-based asset valuation models* zu überlassen (Srnicek 2017, 75-76 u. 87; Kenney/Zysman 2016, 13; Crain 2014, 373-377; Cassidy 2003, 164; Staab 2019, 132-136). Lassen sich darin jüngste Beispielfälle für das kapitalistische ‚Gesetz von der wachsenden Unternehmensgröße‘ erkennen[7], so werden Dynamiken der Marktkapitalisierung und der Wertextraktion zudem durch Praktiken forciert, die sich seit den achtziger Jahren generell, später insbesondere auch bei Technologie- und Internetfirmen nachweisen lassen. Es handelt sich darum, mit groß angelegten Aktienrückkäufen solche Kurssteigerungen zu provozieren, denen Ökonomen den Titel einer konsequenten Preismanipulation nicht verwehren konnten (Lazonick 2009, 258-259; Mazzucato 2015, 32; Dumenil/Lévy 2011, 63-64). Unternehmen wie Microsoft, Intel und Cisco etwa gaben zwischen 2000 und 2007 ca. 112 Milliarden Dollar für so genannte Entwicklung und Forschung aus, 167 Milliarden aber für den Wiederkauf eigener Aktien – ein attraktives Schauspiel für die Goldaugen der *shareholder* und Investoren und ein Hinweis darauf, mit welcher unwiderstehlicher Neigung auf diesen Märkten Finanzkapital von der Vermehrung von Finanzkapital angezogen wird.

Besondere finanzökonomische Aufmerksamkeit rufen allerdings weitere Strategien und Mittel zur Externalisierung vermeidbarer Kosten hervor. Das betrifft zunächst die notorischen Prozeduren der Steuervermeidung. Anders als bei produzierenden Industrien müssen Technologie- und Internetfirmen – ähnlich wie Finanzinstitute – keine schwerfällige Hardware wie Fabrikanlagen, sondern meist nur leicht bewegliches intellektuelles Eigentum oder immaterielle Posten über die Grenzen hinweg transferieren, um sich in Zonen mit günstiger Steuergesetzgebung niederzulassen. So haben nach der Aktenlage der amerikanischen Security and Exchange Commission (SEC) von März 2016 etwa Apple 92,8 Prozent (oder 200,1 Milliarden Dollar), Google 58,7 Prozent (d.h. 42,9 Milliarden), Amazon immerhin noch 36,9 Prozent (18,3 Milliarden) ihrer Kapitalreserven *offshore* und bei ausländischen Tochterunternehmen geparkt. Schon in den Jahren zwischen 2008 und 2014 ist das Volumen der Auslandsvermögen von Firmen in den USA um 25 Prozent auf eine Summe von 7,6 Billionen Dollar gestiegen. Überdies ist es in Zeiten billigen Geldes profitabler, Investitionen eher mit Schulden als mit der Rückführung von Auslandskapital samt fälliger Unternehmens- bzw. Körperschaftssteuern zu finanzieren (Srnicek 2017, 30-32).

Gerade bei Plattformunternehmen erweisen sich darum einfache Transaktionen als komplexe, aber effiziente Veranstaltungen, die eine grenzüberschreitende Verschiebung von Gewinnen (im OECD-Jargon: *Base Erosion or Profit Shifting*) verfolgen und meist einem überholten Stand von Steuergesetzgebungen für international operierende Konzerne geschuldet sind. So hat eine penible und exemplarische Untersuchung der Geschäfte von Uber in Belgien etwa die folgenden, typologisch einschlägigen Zahlungsbewegungen ergeben. Wenn man dort, etwas verkürzt dargestellt, eine Uber App für eine Fahrt benutzt, tritt man mit keinem Angestellten oder Vertreter des Unternehmens in Kontakt, vielmehr wird die Zahlung automatisch über eine niederländische Tochtergesellschaft (Uber B.V. in Amsterdam) abgewickelt, die über eine weitere niederländische Schwestergesellschaft (Rasier Operations B.V., die zugleich Vertragspartner der Chauffeure ist) achtzig Prozent des fälligen Rechnungsbetrags an den Uber-Fahrer weiterreicht. Von den verbleibenden zwanzig Prozent führt Uber B.V. 99 Prozent als Lizenzgebühr an

[7] Nach der Begriffsprägung von Stephen Hymer, zit. in: Foster/McChesney (2012, 116).

Uber International C.V. ab, wiederum ein Tochterunternehmen von Uber, das mit Hauptsitz auf den Bermudas weder in den USA noch in den Niederlanden steuerpflichtig ist (und auf der Inselgruppe im Atlantik ebenso keiner Besteuerung unterliegt). Das heißt: Betragen die Fahrtkosten etwa fünfzig Euro, gehen vierzig an den Fahrer, zehn an die niederländische Tochter, die 9,90 Euro an Uber International (Bermudas) überweist. Somit bleiben ein Prozent der Einnahmen oder 0,10 Euro, die dann in den Niederlanden mit 25 Prozent versteuert werden. Während also der Uber-Chauffeur, dem niedrigsten Einkommenssteuersatz in Belgien folgend, wenigstens 25 Prozent von vierzig Euro (also zehn Euro) an Steuern bezahlen dürfte, werden von den Uber-Einnahmen – also von zehn Euro – 0,025 Prozent (oder 2,5 Cent) an Steuern in den Niederlanden abgeführt; keine Steuern aber in Belgien, weil dort die bloße Dienstleistung nicht als permanente Niederlassung des Unternehmens zählt und also nicht steuerpflichtig ist. Zudem wurden Uber International (Bermudas) in einem Vertrag mit Uber Technologies (San Francisco, USA) die Rechte zur Benutzung des intellektuellen Eigentums, also der Apps, erteilt, für die wiederum Lizenzgebühren von 1,45 Prozent pro Transaktion an den amerikanischen Mutterkonzern fällig werden und erst dann der Besteuerung in den USA unterliegen (Scornos/Bammens 2019, 327-331). Der Rest, also 98,55 Prozent von 9,90 Euro und somit ein Betrag im Wert von ca. 9,76 Euro, verbleibt unversteuert im britischen Überseegebiet. Oder noch einmal anders gesagt: von Ubers gesamten Einnahmen werden nur 2,4 Prozent überhaupt als steuerpflichtig deklariert – eine steuerpolitische Gnade, die man nur unter der Bedingung lizensierbarer Datenprodukte erfährt.

Allgemein lassen sich mit solcher Akkumulation von *offshore*-Kapital, der Uber immerhin eine Erwähnung in den *Paradise Papers* von 2017 verdankt, zwei finanzökonomische Konsequenzen verknüpfen. Wie Nick Srnicek in seiner Studie über die Ökonomie des „Plattformkapitalismus“ bemerkt, haben auf der einen Seite vor allem amerikanische Technologieunternehmen durch Strategien der Steuervermeidung riesige Summen an Investitionsmitteln angehäuft, die in Kombination mit niedrigen Zinsen und einer lockeren Geldpolitik sowie mit Blick auf ordentliche Erträge zu riskanten Finanzinvestitionen und somit zur Erhöhung von Systemrisiken führen müssen. Andererseits verschärfen die damit verbundenen Steuerausfälle die Lage öffentlicher Haushalte und bringen eine Einschränkung fiskalischer Spielräume sowie einen Zwang zu einer unorthodoxen Geldpolitik mit sich; Plattformunternehmen scheinen somit ein wesentliches Element in der Architektur des gegenwärtigen Finanzregimes darzustellen: „Steuervermeidung, Austerität und außerordentliche geldpolitische Maßnahmen verstärken sich wechselseitig“ (Srnicek 2017, 32-33). Die Struktur von Plattform- und Internetunternehmen vereinfacht die unbehelligte Abschöpfung von Profit und blockiert einen steuerpolitischen Eingriff in die Prozesse der Akkumulation.

Ergänzt werden solche finanzökonomischen Vorzüge durch strukturelle Voraussetzungen und Operationen, die in den Plattformunternehmen – den frohen Botschaften aus Kalifornien zum Trotz – eine Hyperexternalisierung von Arbeitskräften sowie eine systematische Extraktion von Mehrarbeit garantieren. So lässt sich zunächst bemerken, dass Lohnabhängige grundsätzlich nicht von den Konjunkturen der *smart economy* und ihrer Firmen profitieren; deren Beschäftigungszahlen konnten im Vergleich mit anderen Industrien und im Verhältnis zu Umsätzen und Marktwert stark minimiert

werden. Während etwa die drei größten Autobauer aus Detroit in den späten neunziger Jahren mit Erlösen von 250 Milliarden Dollar 1,2 Millionen Beschäftigte und eine Marktkapitalisierung von 36 Milliarden Dollar aufwiesen, haben die drei größten Unternehmen aus dem Silicon Valley im Jahr 2014 mit 137.000 Beschäftigten Erträge von 247 Milliarden – bei einer Marktkapitalisierung von 1,9 Billionen Dollar – erwirtschaftet. Entsprechend dieser Proportionen wurden WhatsApp mit 55 Beschäftigten für 19 Milliarden Dollar und Instagram mit 13 Beschäftigten für eine Milliarde an Facebook verkauft; und Amazon hat im April 2020 mit gut 800.000 Mitarbeitern einen Marktwert von 1,2 Billionen Dollar – ein Drittel des deutschen Inlandprodukts – erreicht (der im Februar 2021 auf 1,65 Billionen angestiegen ist) (Zuboff 2015, 80; Srnicek 2017, 4; Parker et al. 2016, 32; Egger 2020, 6). Solche Zahlenverhältnisse sind – in Vollendung eines seit den 1970er Jahren sich beschleunigenden Trends – einem konsequenten *outsourcing* von Arbeitskräften geschuldet. Damit ist nicht nur die Auslagerung von Produktionsstätten wie die berühmte Foxconn-Fabrik mit Billiglöhnen in Shenzhen/China gemeint, in welcher der Apple-Konzern unter frühkapitalistischen Arbeitsbedingungen seine Gadgets zusammenmontieren lässt. Die Schrumpfung regulärer Beschäftigungsverhältnisse – nur zehn Prozent der für Apple Arbeitenden sind fest angestellt – beruht vielmehr auf der Architektur solcher Wirtschaftsformen, die mit Freelancern, ‚Kontraktoren‘ oder Auftragsnehmern informelle, ‚atypische‘ oder prekäre Arbeitsmärkte geschaffen und Diskussionen darüber ausgelöst haben, ob das Personal dieser *gig economy* aus Unternehmern, Subunternehmern, Scheinselbständigen, Akkord- bzw. Teilzeitarbeitern oder schlicht aus Tagelöhnern und ‚Wegwerfarbeitern‘ besteht (Kenney 2016, 11; Srnicek 2017, 77-80; Mazzucato 2015, 183-186; Schoukens et al. 2019, 227-258; Crouch 2019, 43-49 u. 76-90). In jedem Fall geht die ansehnliche Reduktion der Arbeitskosten um ca. dreißig Prozent auf jene Rechnungen zurück, in denen bei Plattformunternehmen die Posten für Sozialversicherungen, Überstunden, Krankschreibungen, Fortbildung, Arbeitsunfälle etc. subtrahiert werden konnten. Die arbeitspolitische Charta dieser Unternehmen hat sich als Unabhängigkeitserklärung gegenüber den von ihnen Abhängigen, gegenüber Gesellschaften und Bevölkerungen erwiesen.

Es kann hier also keineswegs von einem – oftmals angekündigten – ‚Ende der Arbeit‘ die Rede sein. Vielmehr wird die Freisetzung von einstmalen festen zugunsten von instabilen Arbeitsverhältnissen um eine Erweiterung von Extraktionsmöglichkeiten ergänzt, die insbesondere bei Online-Kommunikationen im Web 2.0, von Suchmaschinen und sozialen Medien im Internet genutzt werden können. Auch wenn es umstritten ist, ob die beliebigen Aktivitäten von beliebigen Nutzern im Netz, auf Websites oder Plattformen, in Chatrooms oder beim Mikroblogging einem ökonomisch konzisen Arbeitsbegriff entsprechen können, werden damit doch – mehr oder weniger unbeachtet – wertschöpfende Tätigkeiten verrichtet, deren Effekte unter informationstechnischen Bedingungen mit dem Prozess eines durch ‚Mehrarbeit‘ erzeugten ‚Mehrwerts‘ konvergieren. So sehr sich nämlich der Nutzen für die Benutzer durch wiederholte Benutzungen erhöht und sich etwa als irgendwie verwertbarer ‚sozialer‘ Vorteil erfahrbar machen mag, so sehr werden dadurch die Operationsweisen entsprechender Plattformanbieter (wie Algorithmen, Entscheidungsmodelle, Applikationen) optimiert. In profitablen Plattformunternehmen sind die Kosten für die kostenlosen Dienstleistungen

zwangsläufig geringer als die Wertschöpfung, die durch den Input an Informationen von Nutzern betrieben wird (Bratton 2015, 48). Das Surplus für die Nutzer wird natürlich vom Surplus der Nutzungseffekte übertroffen.

Dass es sich dabei um eine technisch komplizierte, betriebswirtschaftlich aber ebenso schlichte wie schlagende Einrichtung von Produktionsprozessen handelt, haben die Erfolge von Konzernen wie Google, Facebook und anderen dokumentiert, die etwa neunzig und mehr Prozent ihrer Erträge aus Werbeeinnahmen beziehen (Srnicek 2017, 122). Dabei geht es zunächst darum, die durch das Online-Verhalten hinterlassenen Informationsspuren so zu quantifizieren, zu aggregieren, zu filtern, zu analysieren und zu transformieren, dass aus Vorlieben, Suchanfragen, Lüsten, Selbstdarstellungen, Querelen, Intimitäten oder Sozialkontakten überhaupt Muster und aus diesen Mustern Produkte oder Waren zum Verkauf an Kunden aus der Werbebranche gewonnen werden, die sich insbesondere für individuell und mikroskopisch adressierbare Kampagnen interessieren. In Anlehnung an den älteren Begriff des *Prosumers* – bezogen auf die Mehrarbeit, die man etwa beim Zusammenbasteln von Regalteilen für Möbelkonzerne leistet – hat man hierfür und für verwandte Aktivitäten den triftigen Neologismus des *Producers* eingeführt, der sich eben auf die unmerklich oder nebenbei verrichtete Produktionstätigkeit im Netzgebaren von Nutzern oder *Usern* bezieht.

Anders als bei industrieller Produktion zeichnet sich das, was man mit unterschiedlichen Wendungen ‚immaterielle‘, ‚freie‘ oder ‚informationelle‘ Tätigkeiten zur Herstellung digitaler Inhalte genannt hat, dadurch aus, dass solche Aktivitäten mit ubiquitären Zugängen und niedrigen Zugangsschwellen, informell, okkasionell, ohne zeitliche und räumliche Beschränkung funktionieren und sich auf alles beziehen, was online verrichtet werden kann. Wenn sich Beschäftigungen dieser Art und somit *produsage* als „kollaborative und kontinuierliche Erstellung und Ausweitung von Inhalten zum Zweck weiterer Verbesserung“ definieren lassen (Bruns 2008, 21; vgl. Terranova 2000, 33-58; Brown/Haase 2016, 447-448), so ist der Übergang von bestimmten Produzenten zu beliebigen Nutzern unscharf und fließend geworden und verweist auf eine Wertschöpfungskette, an deren Anfang und Ende optimierbarer *content* oder informationelle Artefakte stehen. Dass es sich dabei allerdings nicht einfach um ein Dahinschwinden ‚entfremdeter‘ Arbeit handelt, wodurch das Netz zum Gehege jener Freiheit geworden wäre, „heute dies, morgen jenes zu tun“ und dort nach Belieben zu „jagen“, zu „fischen“ oder zu „kritisieren“^[8], wird durch Barrieren oder Bahnungen garantiert, in denen sich ältere Trennungen der Produktionsmittel von den Produzenten wiederholen und – wann man so will – unkenntlich machen und sublimieren. Denn abgesehen davon, dass es zu den *pull*-Faktoren von Plattformen und sozialen Medien im Internet gehört, Sorgen vor dem Verlust von sozialen, ökonomischen oder professionellen Vorteilen, von allen möglichen Opportunitäten überhaupt zu nähren, werden „Extraktionsarchitekturen“ installiert, die mit dem *tracking* von Minimalregungen – wie etwa im Klick- oder *Browsing*-Verhalten, bei der Erstellung von *tags* oder *links* – eine Deckung von Kontrolle und Profitmöglichkeiten bewerkstelligen sollen. Erst 2010 hatte man, um ein flagrantes Beispiel zu nennen, die Entdeckung gemacht, dass bei der Benutzung von Googles Toolbar für den direkten Zugang vom Browser zur Suchmaschine alle URL-Daten samt Suchpfaden, aufgerufenen Websites und Suchprozessen auf konkurrierenden Maschinen an

[8] Nach den berühmten Formulierungen aus der *Deutschen Ideologie* (Marx/Engels 1981, 33).

den Konzern übermittelt wurden – eine *tracking*-Funktion, die sich überdies auch durch Ausschalten nicht mehr abschalten ließ (Zuboff 2015, 130-132).

Nimmt man dies exemplarisch und als Mikromodell für die Verfahrensweisen von *produsage* allgemein, so gibt es einerseits Auskunft über die Art der damit verbundenen Produktionsprozesse und Produkte. Wenn nämlich die Aktivitäten von Nutzern aller Art verfolgt und in Daten verwandelt werden, so handelt es sich bei diesen Effekten – und gegen den Wortlaut von *datum* – nicht einfach um ‚Gegebenes‘. Unter den technischen Bedingungen des Web 2.0 und der Plattformkommunikationen sollten vielmehr alle Daten, die durch die verfolgbaren Online-Tätigkeiten der gesamten Netzpopulation hervorgebracht werden, als immer schon extrahierte Daten, als Metadaten und somit relationale Objekte begriffen werden, in denen Daten bereits mit Daten korreliert und kollationiert sind und sich zur weiteren Verarbeitung anbieten (Bruns 2008, 173-175). Nutzer, *producer* und *produsage* produzieren Daten-Extraktion, und wenn man angesichts solcher Produkte immer wieder von Rohstoffen oder Rohmaterial gesprochen hat, so muss dies wohl in einem strengen, d.h. ökonomischen Sinn verstanden werden: als „Arbeitsgegenstand“, der „eine durch Arbeit vermittelte Veränderung erfahren hat“, als ein durch „Arbeit filtrierter Arbeitsgegenstand“ (MEW 23, 193 u. 196; vgl. Srnicek 2017, 40, 56 u. 133), mithin als Produktionsmittel, das selbst (durch Nutzer-Aktivitäten) produziert worden ist. Nutzer erzeugen, was Konzerne verkaufen.

Auf der anderen Seite verdankt sich die mit diesen Operationen verknüpfte Wertschöpfung dem Aufbau einer strikten Informationsasymmetrie, in welcher die Vervielfachung niedrigschwelliger Informationsangebote an die Nutzer – Landkarten, Straßenansichten, Navigationshilfen, Datenbanken, Bibliotheken, Kommunikationsdienste etc. – mit einer strikten Zugangsschranke für die von den Nutzern fabrizierten Informationsgütern kombiniert wird. Da Informationen nicht-rivalisierende Güter darstellen und anders als andere Waren durch Konsum oder Gebrauch nicht verbraucht oder verknappt werden, muss ihre Warenform durch die gezielte Produktion von Knappheit und eben dadurch garantiert werden, dass gesammelte Informationen bzw. Daten vor den Datenquellen selbst geschützt werden. Im juristischen Kampf mit einer Vielzahl von Klagen und mit hohem advokatorischem Grimm konnten sich Datenraffinerien wie Google bisher gegen ein Durchlöchern dieses Schutzwalls und somit gegen die Gefährdung des eigenen Betriebsmodells wehren. Hinter einem Schirm scheinbar offener und heterarchischer Beziehungen wird das Netz durch die Geschäfte von Plattform- und Internetfirmen ‚arborisiert‘ bzw. hierarchisiert, also in streng und hierarchisch geordnete Baumstrukturen verwandelt. Wer etwa im Internet herumsurft und sich dabei womöglich – wie vom ehemaligen Google-Chef Eric Schmidt souffliert – in „Kundenzufriedenheit“ übt, ist somit nicht nur von den Produktionsmitteln (der Hard- und Software der Unternehmen) und den produzierten Produktionsmitteln (den von seinen Aktivitäten hervorgebrachten Rohstoffen, d.h. Daten bzw. Metadaten) abgetrennt. Vielmehr bleibt ihm oder ihr der damit verbundene Produktionsprozess selbst konsequent entzogen, verborgen, unzugänglich und intransparent. Er oder sie befinden sich in der ökonomisch interessanten Lage, dass sie womöglich gar keine Arbeit, aber dennoch unmerklich oder unbewusst ‚Mehrarbeit‘ geleistet haben. Damit vollzieht sich eine Beschlagnahme von zeitlichen Ressourcen, die in abzählbaren Quantitäten von Mehrarbeit nicht messbar und im

strengen Sinn maß-los geworden ist. Man könnte hier von der Abschöpfung eines Verhaltensmehrerts, eines Vitalquantums oder von der Wirksamkeit eines ‚laborierenden Unbewussten‘ unter Netzwerkbedingungen sprechen. Und es verwundert darum nicht, dass gerade die investierende Finanzindustrie Druck auf Plattformunternehmen wie Google ausübt, die „Effektivität“ der installierten Kontroll-, Verfolgungs- oder *tracking*-Verfahren zu erhöhen (Zuboff 2015, 128-138; Fuchs 2010, 179–196; Benkler 2006, 34-35; Greene/Joseph 2015, 231-234). Dabei haben sich ältere und hellsichtige Forderungen eines „ökonomischen Imperialismus“ zur Bewirtschaftung bzw. Kapitalisierung von Lebenszeit auf überraschende Weise realisiert. Bereits in den 1960er Jahren hatte Gary Becker vor dem Hintergrund langfristig steigender Arbeitsproduktivität und schrumpfender Arbeitswochen darauf verwiesen, dass mit der Inklusion von Humankapital die „Allokation und Effizienz von Nicht-Arbeitszeit nun relevanter für den ökonomischen Wohlstand als die der Arbeitszeit“ selbst werden könnte; es gehe also darum, solche Anreize zu setzen, dass die Differenz „freier“ oder „müßiger“ Zeiten eben keinen ökonomischen oder geschäftlichen Unterschied mehr machen kann (Becker 1965, 493 u. 513). Die Dienstzeit nimmt kein Ende.

Mit der Informatisierung der Finanzwirtschaft, aber auch mit der Besetzung der Informationsökonomie durch die Finanzbranche ist der gegenwärtige ‚digitale‘ oder ‚Informationskapitalismus‘ (Schiller 2007, XIV) wohl zur jüngsten Version des Finanzmarktkapitalismus geworden. Während die Veränderung der Finanzmärkte seit den siebziger Jahren die ökonomische Bedingung für die Entwicklung von Internetfirmen geschaffen hat, wurden durch die Einrichtung und Privatisierung des Internets neue Opportunitäten für das Finanzkapital eröffnet, welche die fruchtbaren strukturellen Allianzen von Finanz- und Plattformökonomie inspirierten. Dies hat mehrere Konsequenzen. Die Auslagerung des Aufwands für den Unterhalt von Fixkapital und Arbeitskraft, die Minimierung von Transaktions-, Opportunitäts- und Marginalkosten, sich selbst verstärkende Netzwerkeffekte, eine Tendenz zur Monopolbildung sowie eine verschärfte Wertextraktion haben es zunächst nahe gelegt, mit dem Auftritt der Plattformökonomie nicht nur eine offensichtliche Kommerzialisierung von einstmaligen öffentlichen Domänen und Gütern, sondern einen jüngsten Schub ‚ursprünglicher Akkumulation‘ zu verzeichnen. Dabei wäre daran zu erinnern, dass bereits Hannah Arendt in Anlehnung an Rosa Luxemburg den von Marx geprägten Begriff aus seiner historischen und systematischen Lokalisierung – als einmaligen Raubzug und „Sündenfall“ im Übergang zur kapitalistischen Wirtschaftsweise – herausgelöst und auf die aggressiven Lösungsformeln für wiederkehrende Akkumulationskrisen angewendet hatte. Wie es auch in anderen historischen Fällen darum ging, dem „ständige[n] Wachsen überflüssigen Kapitals“ neue Verwertungschancen zu schaffen (wie sie dann etwa im Imperialismus des neunzehnten Jahrhundert geboten wurden) (Arendt 1986, 332-337), so war auch im Zeichen der wiederholten oder stationären Finanzkrisen der letzten Jahrzehnte das Problem aufgetaucht, auf welche Weise sich die immanenten Grenzen der Kapitalakkumulation überwinden und die Realisierung des Mehrwerts samt der Dynamik des Systems durch eine Expansion auf noch unerschlossene Territorien oder Reservate garantieren ließen.

Vor diesem Hintergrund hat insbesondere die technologische und finanzökonomische Architektur von Plattformunternehmen eine Produktion von Mehrwert ermöglicht, die äußere und innere ‚Landnahmen‘, d.h. äußere und

innere Zugriffe auf noch nicht kommodifizierte Entitäten kombiniert (vgl. Dörre 2011, 56-72; Dörre 2019, 21-51). Einerseits zeichnet sich die gegenwärtige geoökonomische Ordnung durch ein Nebeneinander unterschiedlicher Produktionsweisen aus, in dem sich jüngste Verfahren der Kapitalakkumulation mit archaischen Ausbeutungsprozeduren verknüpfen. Bevor man etwa ein Smartphone mit dem neuesten Betriebssystem eines Quasi-Monopolisten aus Kalifornien in den Händen halten kann (das später als elektronischer Schrott nach Afrika, in Ghana oder Nigeria entsorgt werden wird), müssen ein Dutzend verschiedene Mineralien aus diversen Kontinenten beschafft und verarbeitet werden, etwa Kobalt aus der demokratischen Republik Kongo, das teils mit Kinderarbeit, teils unter dem Zwang von Milizen oder kriminellen Banden abgebaut und über Hüttenindustrien in Indien, Malaysia oder Thailand dann an Fertigungsbetriebe zum Zusammenbau der Geräte unter rabiatischen Arbeitsbedingungen – z.B. in China – verschickt wird (Bratton 2015, 82-83). Es kennzeichnet den aktuellen Stand kapitalistischer Produktion, dass sie eine Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen zu organisieren vermag und wie in einem Schaubild unterschiedliche historische Stadien der Wertextraktion koordiniert. Andererseits ist die finanzkapitalistische Expansion mit der Plattformökonomie und der Herstellung von Informationsgütern zu einer inneren Landnahme, zur Bewirtschaftung neuer sozialer Ressourcen fortgeschritten. Was man in diesem Zusammenhang – und in Anlehnung an David Harvey – „Akkumulation durch Enteignung“ oder „digitale Enteignung“ genannt hat, betrifft nicht nur die Trennung der Produzenten bzw. Nutzer von Produktionsmitteln der Internet- und Plattformunternehmen. Mit den Formen der *produsage* wurden vielmehr bisher unbesetzte und noch nicht marktförmige Regionen beschlagnahmt und in den Kapitalisierungsprozess einbezogen. Wie schon im Zeichen der Finanzialisierung neue Zonen von Human- und Sozialkapital – etwa durch die Privatisierung von öffentlichen Infrastrukturen, Sozialsystemen oder Vorsorgeleistungen aller Art – erschlossen wurden, ist es nun die Herstellung von Daten-Rohmaterial, die alltägliches online-Verhalten und Kommunikationsweisen, aber auch andere Reste an wirtschaftlichen Branchen wie Straßenverläufe, Hausansichten oder Bewegungsmuster zur Quelle einer dauerhaften Extraktion von Mehrwert transformierte (Ekman 2015, 124-125; Zuboff 2015, 99-101 u. 138-155).

Lassen sich die Geschäftsmodelle der Informations- und Plattformindustrie also nur unter der Bedingung des Finanzmarktkapitalismus begreifen, so muss man dennoch konzедieren, dass der Technologiesektor (von der Computerproduktion über Telekommunikation bis zu Informationsdienstleistungen) zwar hohe Wachstumsraten sowie eine schnell ansteigende Marktkapitalisierung ausweisen kann und sich dem Marktumfang des Finanz- und Versicherungssektors angenähert hat. Er selbst macht allerdings nur einen überschaubaren Teil des gesamten Wirtschaftsgeschehens aus und repräsentiert etwa in den USA knapp sieben Prozent der privaten Wertschöpfung und 2,5 Prozent der Arbeitskraft (Srnicsek 2017, 4-5; Staab 2019, 88-89). Seine Bedeutung kann darum nicht durch eine sektorale Analyse allein bemessen werden. Sie liegt vielmehr darin, dass seine Produkte und Effekte alle ökonomischen und sozialen, öffentlichen und privaten Bereiche durchqueren und damit eine gouvernementale Wirksamkeit des Informations- bzw. Finanzkapitalismus sichern. Geht es dabei um die Frage, „bis wohin sich die politische und soziale Informationsgewalt der Marktwirtschaft“ (Foucault

2006, 169) im Zeichen des Finanzregimes erstrecken kann, so dürfte der damit verbundene Hegemonieanspruch als Realisierung eines einstmals angekündigten Programms neuer „Kontrollgesellschaften“ (Gilles Deleuze) begriffen werden. Was man Ende der achtziger Jahre allenfalls in Konturen erkennen konnte, nämlich Mutationen, in denen sich Prozesse der Finanzialisierung und Informatisierung mit einer Krise von Einschließungsmilieus, mit einer Erosion institutioneller Gebilde, mit einer Herrschaft des Kurzfristigen und vielfältigem Reformeifer, mit einer Logik der Modulation und der Ersetzung von Grenzen durch Passwörter, mit atmenden Fabriken, seelenvollen Unternehmen und einer verfeinerten Kontrolle offener Räume verknüpfen (Deleuze 1993, 254-262), hat sich in den Operationen der Plattformindustrie konkretisiert. Mit der Kapitalisierung von Kontrolle stehen die regierungstechnischen Konsequenzen veränderter Unternehmensstrukturen und Geschäftsmodelle auf dem Spiel.

Literatur

- Arendt, H. (1986) *Elemente und Ursprünge totaler Herrschaft. Antisemitismus, Imperialismus, totale Herrschaft*. München: Piper.
- Baecker, D. (2018) *4.0 oder Die Lücke die der Rechner lässt*. Berlin: Merve.
- Becker, G. (1965) A Theory of the Allocation of Time. In: *Economic Journal* 75(299).
- Benkler, Y. (2006) *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom contract: freedom in the commons*. New Haven: Yale University Press.
- Bratton, B.H. (2015) *The Stack. On Software and Sovereignty*. Cambridge/Mass: MIT Press.
- Brown, B.A.; Quan-Haase, A. (2016) “A Worker’s Inquiry 2.0”: An Ethnographic Method for the Study of Producers in Social Media Contexts. In: Fuchs, C.; Mosco, V. (eds.) *Marx in the Age of Digital Capitalism*. Leiden u.a.: Brill.
- Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Producers*. New York u.a.: Peter Lang Publishing.
- Cassidy, J. (2003) *dot.con. How America Lost its Mind and Money in the Internet Era*. New York: Harper Perennial.
- Crain, M. (2014) Financial markets and online advertising: reevaluating the dotcom investment bubble. In: *Information, Communication & Society* 17(3): 371-384.
- Crouch, C. (2019) *Gig Economy. Prekäre Arbeit im Zeitalter von Uber, Minijobs & Co.* Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Deleuze, G. (1993) Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In: *Unterhandlungen 1972-1990*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Dörre, K. (2011) Landnahme und die Grenzen kapitalistischer Dynamik. Eine Ideenskizze. In: *Berliner Debatte INITIAL* 22(4): 56-72. <https://www.linksnet.de/artikel/27742> (06/02/2021)
- Dörre, K. (2019) Demokratie statt Kapitalismus oder: Enteignet Zuckerberg. In: Ketterer, H.; Becker, K. (eds.) *Was stimmt nicht mit der Demokratie?* Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Dumenil, G.; Lévy, D. (2011) *The Crisis of Neoliberalism*. Cambridge u.a.: Harvard University Press.

- Egger, P. (2020) Außer Kontrolle. In: *Der Freitag* vom 30/04/2020.
- Ekman, M. (2016) The Relevance of Marx' Theory of Primitive Accumulation for Media and Communication Research. In: Fuchs, C.; Mosco, V. (eds.) *Marx in the Age of Digital Capitalism*. Leiden u.a.: Brill.
- Foster, J.B.; McChesney, R.W. (2012) *The Endless Crisis: How Monopoly-Finance Capital Produces Stagnation and Upheaval from the USA to China*. New York: Monthly Review Press.
- Foucault, M. (2006) *Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II. Vorlesungen am Collège de France 1978/1979*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Fuchs, C. (2010) Labor in Informational Capitalism and on the Internet. In: *The Information Society* 26.
- Greene, D.; Joseph, D. (2015) The Digital Spatial Fix. In: *tripleC* 13(2): 223-247.
- Grewal, D.S. (2008) *Network Power. The Social Dynamics of Globalization*. New Haven u.a.: Yale University Press.
- Haucap, J.; Stühmeier, T. (2016) Competition and antitrust in Internet markets. In: Bauer, J.M.; Latzer, M. (eds.) *Handbook on the Economics of the Internet*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Ingebretsen, M. (2002) *Nasdaq: A History of the Market That Changed the World*. Roseville: Prima Lifestyles.
- Kenney, M.; Zysman, J. (2016) The Rise of the Platform Economy. In: *Issues in Science and Technology* 32(3): 1-17.
- Lazonick, W. (2009) *Sustainable Prosperity in the New Economy? Business Organization and High-Tech Employment in the United States*. Kalamazoo/ Michigan: W.E. Upjohn Institute.
- Lovink, G. (2019) *Sad by Design. On Platform Nihilism*. London: Pluto Press.
- Marx, K.; Engels, F. (1981) Die Deutsche Ideologie. In: *MEW Bd. 3*, Berlin: Dietz.
- Mazepa, P.; Mosco, V. (2016) A political economy approach to the Internet. In: Bauer, J.M.; Latzer, M. (eds.) *Handbook on the Economics of the Internet*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Mazzucato, M. (2015) *The Entrepreneurial State. Debunking Public vs. Private Sector Myths*. London: Penguin.
- McChesney, R.W. (2013) *Digital Disconnect. How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York u.a.: The New Press.
- Meeker, M.; DePuy, C. (1996) *The Internet Report, Morgan Stanley Global Technology Group*. Harperbusiness.
- Nachtwey, O.; Seidel, T. (2017) *Die Ethik der Solution und der Geist des digitalen Kapitalismus. IFS Working Paper 11. Institut für Sozialforschung*. Frankfurt a.M.
- Parker, G.G.; Van Alstyne, M.W.; Choudary, P. (2016) *Platform Revolution. How Networked Markets Are Transforming the Economy – and How to Make Them Work for You*. New York u.a.: Norton & Company.
- Philipponnat, T. (2017) *Le Capital. De l'abondance à l'utilité*. Paris: Rue de l'échiquier.
- Schiller, D. (2007) *How to Think About Information*. Urbana u.a.: University of Illinois Press.
- Schoukens, P.; Barrio, A.; Montebovi, S. (2019) Social Protection of Non-Standard Workers: The Case of Platform Work. In: Devolder, B. (eds.) *The Platform Economy. Unravelling the Legal Status of Online Intermediaries*. Cambridge u.a.: Intersentia Ltd.
- Scialom, L. (2019) *La fascination de l'ogre. Ou comment deserrer l'étau de la fomance*, Paris: Fayard.

- Scornos, D.; Bammens, N. (2019) International Corporate Taxation of Digital Platforms. In: Devolder, B. (eds.) *The Platform Economy. Unravelling the Legal Status of Online Intermediaries*. Cambridge u.a.: Intersentia Ltd.
- Srnicek, N. (2017) *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity.
- Staab, P. (2019) *Digitaler Kapitalismus. Macht und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit*. Berlin: Suhrkamp.
- Terranova, T. (2000) Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. In: *Social Text* 18(2)
- Thiel, P. (2014) *Blake Masters, Zero to One. Notes on Startups or How to Build the Future*. New York: Currency.
- Zuboff, S. (2015) Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. In: *Journal of Information Technology* 30: 75-89.