

Die aktuelle digitale Landschaft – Eine Bestandsaufnahme

Die Übernahme von Märkten durch Google & Co.

Wenige globale Plattformen sind heute in der Lage, die bisherige globale Ökonomie wie die herrschenden ökonomischen Lehren auf den Kopf zu stellen. Dazu ist eine Steigerung des Monopols notwendig. Die Einschätzungen, Google & Co. als Monopole einzustufen, greifen nämlich zu kurz. Klassische Monopole agieren auf Märkten, die Metaplattformen Google, Apple, Facebook, Amazon und Microsoft (GAFAM) dagegen sind „Gatekeeper“ über Märkte (Staab 2020):

Sie sind keine Produzenten mehr, die auf Märkten agieren, sondern dominieren Märkte, auf denen viele Produzenten gezwungen sind, nach den Bedingungen der Gatekeeper zu handeln. Sie sind zu Marktbesitzern digitaler Infrastrukturen geworden. Sie dominieren das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Sie haben die Kontrolle über Informationen, Zugang, Leistungen und Preise sowohl der Produzenten als auch der Konsumenten. Die marktbesitzenden Plattformen können nach eigenem Ermessen entscheiden, welchen Produzenten Zugang zum Markt gewährt wird. Sie können die Provisionen nach Gutdünken festlegen.

Begleitet wird dies mit der permanenten Erschließung neuer Geschäftsfelder zur Formung von sog. Ökosystemen. Beispielhaft dafür Amazon: Nach *Amazon Marketplace* und *Amazon Web Services* folgt jetzt *Amazon Global Logistics (AGL)*, ein globaler Frachtdienst, der auf seinem Marketplace mit Billigpreisen den Warentransport vom Hersteller bis zum Kunden anbietet. Da Amazon schon die Warenkette beherrscht, liegt die Einverleibung der Logistik nahe. Ein Schock für mittelständische Spediteure, die um ihre Existenz fürchten müssen.

Die frühe Vorstellung der Internetpioniere, ein Medium für die offene Kollaboration zu schaffen, haben wenige Plattformen durch Ökonomisierung und Monopolisierung der digitalen Technik auf den Kopf gestellt.

Landnahme durch Übernahme der Regulierungshoheit

Korrespondierend mit der Übernahme von Märkten konnten die Plattformen die Landnahme der Regulierungshoheit und damit die Rolle von hoheitlichen Akteuren übernehmen. Eine Reihe global agierender, spezialisierter Internetkonzerne, wie Uber, Airbnb, Spotify oder Netflix zählen wir dazu.

Grundlage dieser Entwicklung war, dass die bisher analog oder in Präsenz vorhandene gesellschaftliche Infrastruktur mit ihren Regulierungen, ihren Kommunikationsformen und Dienstleistungen, quasi als digitaler Zwilling, noch einmal digital vermittelt „auf die Welt kommen“ und die Regeln von den Marktbesitzern geschrieben werden konnten. Diese Chance haben Plattformen genutzt. Die staatlichen Institutionen waren finanziell und personell überfordert, beim Aufbau dieser Architektur selber das Heft in die Hand zu nehmen (Dolata 2020, Staab 2020).

Die Plattformen konnten in zahlreichen Bereichen wesentliche soziale Ordnungs- und Regulierungsfunktionen im Internet nach ihrem Gutdünken regulieren und über die zentralen Zugänge zum Internet entscheiden: „Sie observieren die Bewegungsmöglichkeiten der Nutzer, kuratieren und korrigieren im großen Stil Inhalte, Informationsflüsse und Diskussionen“. Sie haben sich demokratischer Legitimation und Kontrolle entzogen. Die Plattformbetreiber versuchen autonom zu entscheiden, was nach ihrer Maßgabe als politisch inakzeptabel, gewaltverherrlichend, terroristisch, anstößig, obszön, erotisch oder pornografisch gilt und entsprechend sanktioniert wird oder auch nicht (Dolata, 2020, S. 7). Gremien der EU haben dieses Versagen mittlerweile erkannt und versuchen durch zwei umfassende Regulierungsansätze (DSA und DMA) auf den Schaden zu reagieren.

Die Macht der sozialen Medien

Eine auffällige Veränderung der aktuellen Landschaft zeigt sich durch den weitgehenden Bedeutungsverlust der Massenmedien. Plattformen im Medienbereich haben die Kommunikation und Informationsversorgung der Öffentlichkeit auffällig verändert. Dies betrifft die Printmedien und hier vor allem den Nachrichtenjournalismus. Er muss neue digitale Formen finden und gleichzeitig einen Überlebenskampf mit Plattformkanälen führen.

WhatsApp, Signal oder Telegram und Angebote im Unterhaltungssektor (*Youtube, Instagram, Tik Tok*) sind zu dominierenden Faktoren der sozialen Kommunikation geworden. Zugänge und Orientierungsmöglichkeiten haben sich für Nutzer erweitert, die Möglichkeiten der Einflussnahme durch Plattformbetreiber sind auffällig.

Andererseits haben jetzt jeder Mann und jede Frau die Möglichkeit, ihre Sicht der Dinge einer breiten Öffentlichkeit kundzutun. Eine Vertiefung demokratischer Strukturen ist allerdings nicht erkennbar, eher die Etablierung kruder Filterblasen und Echokammern, begleitet von Kämpfen um Sichtbarkeit. Die offenen Teilnahmemöglichkeiten zusammen mit der Medienherrschaft großer Plattformen konstruieren eine gesellschaftlichen Wirklichkeit, die den sozialen Medien die Möglichkeit geben, die bislang demokratiestabilisierenden Massenmedien als Welt- und Demokratie vermittelnde Instanz abzulösen (Schrape 2021).

Verbreitung und Bedeutung von Start-ups

Star-ups gelten heute als die Impulsgeber und Schöpfer digitaler Innovationen. Große Unternehmen scheinen aufgrund von Hierarchie und Bürokratie dazu immer weniger geeignet. Den Tüftlern in Start-ups ist die Rolle der Trüffelschweine der digitalen Transformation zugewiesen. Die Start-up-Szene ist weitgehend intransparent. Da fällt manches unter die Metapher Start-up, was früher eine ganz normale analoge Gründung eines Kleinbetriebes war.

Wie lässt sich das Feld der Start-ups in der EU und Deutschland beschreiben? Paris und Berlin stehen hinsichtlich der Anzahl von Start-ups etwa gleichauf. Paris hat 19 junge Unternehmen, die mindestens einen Wert von einer Milliarde Euro Wert haben sollen, Berlin dagegen 18. Beim Wagniskapital lag Berlin Ende 2021 laut der Studie „State of European Tech“ mit 7,1 zu 6,5 Milliarden Dollar vorn. In Berlin zahlen die Start-ups geringere Gehälter und Büromieten als in Paris.

Start-up-Ökosysteme aus Wissenschaftlern, Unternehmern, Talenten und Wagniskapitalgebern, die sich zur Clusterbildung formen sollen, sind Versprechen und Hoffnung der Wirtschaftspolitik für starkes Wachstum im globalen Wettbewerb der drei Blöcke USA, China und EU.

Essay Arno Rolf

Literatur:

Dolata U (2020) Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet. Berlin J Soziol. <https://doi.org/10.1007/s11609-020-00403-9>

Christian Rickens

Wer ist die Start-up-Hauptstadt der EU? und

Wie will Amazon eigentlich noch wachsen?

Morning.Briefing@redaktion.handelsblatt.com vom 10.02.22

Schrage, Jan-Felix, 2021: Digitale Transformation (Reihe: Einsichten – Themen der Soziologie). Bielefeld: Transcript/UTB. Weitere Informationen | Rezension

Staab, Philipp (2020): Digitaler Kapitalismus – Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit, edition suhrkamp SV, 2. Aufl.

Fragen:

(1) Welche sind digitale Ökosysteme, wie kommen sie zustande?

(2) Welche Beziehung besteht zwischen digitaler Landnahme und dem digitalen Zwilling?

(3) Fördern oder schädigen soziale Netzwerke die demokratische Entwicklung?

(4) Was macht die regionale Ansiedlung für Start-ups interessant?

Vertiefungsangebote:

Ulrich Dolata:

Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet.

Berlin J Soziol.

<https://doi.org/10.1007/s11609-020-00403-9>

Thomas Gegenhuber:

Studie: Eine Vision für das digitale Europa

Von der widerspenstigen Zähmung der Plattformen zu einem digitalen Humanismus

Open Access

<https://www.fes.de/studie-eine-vision-fuer-das-digitale-europa>

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> (10.3.2022).

Snower, Dennis J. (2020):

Corona-Krise: Die Märkte haben versagt - Es braucht eine neue Wirtschaftspolitik, um Krisen wie diese besser zu durchstehen. Wir müssen Arbeit und Finanzen viel widerstandsfähiger machen. Ideen dazu gibt es.

<https://www.zeit.de/wirtschaft/2020-06/corona-krise-readaption-policy-wirtschaftspolitik/komplettansicht>

F. Bria, N. Srnicek und P. Staab

Video: Digitaler Kapitalismus

<https://www.fes.de/digitalcapitalism/videos>