Momentum Kongress 2018

Eduard Müller – Johannes Kepler Universität Linz

Digitales Bewerten in der Plattformökonomie – Ein neues Feld des Klassenkampfes?

1. Einleitung

Die digitale Koordination und Vermittlung von Arbeit erschließt immer mehr Branchen und Felder der Gesellschaft. Diese durch technologische Modernisierung vermittelte Reorganisation von Märkten wird in der aktuellen Debatte oftmals als *‚platform capitalism'* oder Plattformökonomie beschrieben, die in Sparten wie dem Immobilienmarkt, Fahrdienstleistungen, Pflege, Reinigungsmanagement oder Reisevermittlung wachsende Finanzkraft und Einfluss gewinnt.

Eingebettet in zahlreiche Branchen agieren *Plattformorganisationen*, die ihren KundInnen und MitarbeiterInnen bzw. DienstleistungserbringerInnen mitunter nur in Form einer *‚App'*, also über ein internetbasiertes Computerprogramm, begegnen. In diesen Austauschbeziehungen, die auch große physische Distanzen überbrücken, dienen digitale Bewertungssysteme als Infrastruktur für Kontrolle, Vertrauensbildung und Reputation zwischen den Plattformunternehmen, den Arbeitskräften und KundInnen. Zudem stellen immer mehr Plattformkonzerne wie Google oder Facebook eine Infrastruktur bereit, auf der auch selbstständige Berufsgruppen oder ganze Konzerne evaluiert werden können.

Die Vielfältigkeit der Bewertungsmechanismen spiegelt dabei auch die Vielschichtigkeit wider, in der sich die abgegebenen Wertungen auf die betroffenen Arbeitskräfte auswirken. Denn Wertung ist hier nicht gleich Wertung, je nach Berufsgruppe können positive und negative Ratings sehr unterschiedliche Konsequenzen und Wirkkraft haben. Sind wir am Beginn einer neuen, digitalen Klassenordnung?

2. Von der Fabrik zur Plattform

Allzu häufig wird die eingangs beschriebene Digitalisierungswelle in der Arbeitswelt als eine neue industrielle Revolution beschrieben, wobei dieser Befund wohl erst nachfolgenden Generationen zusteht. Unstrittiger erscheint unterdessen, dass sich eine Revolution des Kommunikationsverhaltens bzw. des Informationsaustausches ereignet, die auch die Arbeitsbedingungen maßgeblich beeinflusst.

Beschäftigt man sich mit den Zusammenhängen von Digitalisierung und Arbeit, stößt man oftmals auf Schlagworte wie „Industrie 4.0" oder „digitaler Taylorismus", die sehr stark an die Ursprünge der Industriegesellschaft und des Klassenbegriffs erinnern. So unterrichtet eine Lehrbuchdefinition aus der Soziologie: *„Klassenzugehörigkeit bestimmt sich aus der Stellung im Produktionsprozess"* (Thieme, 2016). Folgt man dieser im 19. Jahrhundert entwickelten Klassenbegrifflichkeit, dann sind die EigentümerInnen der Produktionsmittel die

KapitalistInnen. Darauf aufbauend kann man erwägen, dass die Eigentümer der Plattformorganisationen eine moderne bzw. parallel entstehende Form von KapitalistInnen sind. Schwerer fällt eine derartige Analogie, will man die *„Plattform als Fabrik“* (Altenried, 2017: 175) erfassen, egal ob es sich beim produzierten bzw. erbrachten Angebot um offline verrichtete Arbeit oder um sogenannte „Crowdwork“ – also online erbrachte Dienstleistungen – handelt. Schließlich stellt die Plattform im Gegensatz zu den Fabriken des 19. Jahrhunderts in einer intermediären Funktion zwischen Angebot und Nachfrage nicht (nur) die Güter her, sondern (auch) die Interaktion mit den KundInnen bereit.

Eines ist jedoch den KapitalistInnen auf digitalisierten Plattformmärkten und den FabrikseigentümerInnen gemein: Für beide ist entscheidend, wie die Arbeitskräfte ihr Potenzial in tatsächliche Arbeitsleistung umwandeln, auch bekannt unter dem Begriff *Transformationsproblem* (Braverman, 1998). Hierbei ist wiederum die Besonderheit der Plattformunternehmen gegenüber herkömmlichen Unternehmen zu unterstreichen: Denn oftmals interagieren BetreiberInnen und DienstleisterInnen nur oder nahezu ausschließlich mittels digitaler Kommunikation, was die Kontrolle der Transformation von Arbeitsleistung bzw. die Qualitätssicherstellung der Arbeit deutlich komplexer macht. Hierbei werden sowohl die technologischen Möglichkeiten als auch die KundInnen entscheidend eingebunden, und zwar mittels der Praxis des digitalen Bewertens.

2.1. Plattformorganisationen

“Uber, the world’s largest taxi company, owns no vehicles. Facebook, the world’s most popular media owner, creates no content. Alibaba, the most valuable retailer, has no inventory. And Airbnb, the world’s largest accommodation provider, owns no real estate. Something interesting is happening.”

- Tom Goodwin, The Independent, 5. Mai 2015

Plattformkonzerne stellen eine neue Art von Unternehmen dar, auf denen die digitale Infrastruktur bereitgestellt wird, um zwischen verschiedenen Gruppen zu vermitteln (Srnicek, 2016: 12). Sie werden als multilaterale digitale Bezugssysteme verstanden, auf deren Basis die Interaktionsbedingungen ihrer TeilnehmerInnen ausgeprägt werden (Kenney & Zysman, 2016). In ökonomischen Feldern bilden sie als disruptives organisationales Phänomen eine Schnittstelle zwischen ProduzentInnen bzw. AnbieterInnen und KundInnen (Kornberger, Pflueger, & Mouritsen, 2017). Jedoch sind Plattformen weit mehr als lediglich ein Intermediär, ihre Kernaufgabe besteht im Organisieren, Strukturieren und Kanalisieren von Information

(Gillespie, 2017). Folglich lässt sich gemäß Kornberger u. a. (2017: 3) in Bezug auf ökonomische Felder schlussfolgern: *„[…] the platform represents a stable interface for organizing communication, collaboration and control for distributed production.“*

Die Plattformunternehmen erzielen ihre Profite durch Gebühren für Markttransaktionen, die zumeist von externen AnbieterInnen und/oder KundInnen an die Plattform gezahlt werden (Kirchner & Beyer, 2016). Zudem sind auch Werbeeinnahmen mitunter ein wesentlicher finanzieller Grundstein mancher Plattformorganisationen. Bei der Schaffung und dem Betreiben von digitalen Marktplätzen ist dabei ein besonderes Spezifikum von Plattformorganisationen, dass sie Organisation und Markt verbinden (Ahrne, Aspers, & Brunsson, 2015; Kirchner, 2018). Die Märkte auf denen sich diese Unternehmensform etabliert sind äußerst heterogen und reichen von Fahrdienstleistungen über Reinigungskräfte und Nächtigungen bis zum Verlegen von Büchern (Kirchner & Beyer, 2016). Hierbei dringen die Plattformorganisationen oftmals in Branchen mit bestehenden Standards (z.B. Gewerbeordnungen), Normen und Professionen ein, unterminieren die Rechtslage und tragen zur Dequalifizierung (Braverman, 1985; Spittler, 2015: 145) von Arbeitskräften bei, was zu Konflikten und Rechtsstreitigkeiten führt.

Mit Hinblick auf die Bewertungspraktiken lässt sich darauf aufbauend festhalten: *„Internetplattformen machen Bewertungen jedoch nicht nur öffentlich zugänglich, sondern greifen über die von ihnen bereitgestellten Bewertungsoptionen und die Verwendung von Algorithmen selbst aktiv in das Bewertungsgeschehen ein.“* (Meier, Peetz, & Waibel, 2016) Während auf Plattformen also die Kontrolle der gehandelten Güter und Dienstleistungen stark dezentralisiert bzw. de facto an die KundInnen delegiert wird, verbleibt die Verfügungsmacht über die generierte Information und die Wertschöpfungskette bei den EigentümerInnen der Plattformorganisationen (Kornberger u. a., 2017: 6).

3. Digitale Bewertungspraktiken und algorithmisches Management

Auf plattformorganisierten Märkten bilden Bewertungssysteme eine zentrale Informationsquelle. Durch abgegebene Wertungen von KundInnen über konsumierte Produkte und Dienstleistungen wird die Unsicherheit der Plattformtransaktionen für potenzielle NeukundInnen reduziert (Kirchner & Beyer, 2016: 11), wodurch sie auch in Märkten mit einem ausgeprägten informellen Sektor ein hohes Potenzial zur Rekonfiguration mit sich bringen (Vandaele, 2018: 13).

Die Aufbereitung und Benutzbarkeit digitaler Bewertungsmechanismen ist dabei zumeist recht ähnlich und weist eine recht geringe Variabilität auf (Kornberger u. a., 2017: 3): Mittels einer mehrstufigen Skala, oftmals in Form von fünf Sternen und/oder Textfeldern für freie Kommentare, wird von den BenutzerInnen der jeweiligen Plattform die Dienstleistung oder das Produkt beurteilt. Diese Bewertungsschemata sind meist aus Online-Foren entstanden und haben im Zeitverlauf deutlich an Komplexität gewonnen, wie die Entwicklung der evaluativen Infrastruktur des Online-Auktionshauses eBay – eines der ältesten Beispiele digitaler Bewertungssysteme – verdeutlicht (Kornberger u. a., 2017).

Kornberger u. a. (2017) definieren Bewertungsinfrastrukturen in Anlehnung an Michel Foucault (2010) als *‚apparatus of governmentality'*, der spezifische Rationalitäten sowie eine Form der Machtausübung und Kontrolle verkörpert. Der ‚apparatus' ist dabei ein System von Machtbeziehungen (Clegg, Courpasson, & Phillips, 2006). Dabei kommt den Bewertungspraktiken laut Miller und Power (2013: 591) eine vermittelnde Rolle zu, die Akteure, deren Aspirationen und die sozialen Arenen horizontal sowie vertikal verbinden kann. Bleibt man bei einer Foucault'schen Perspektive auf organisationale Macht, so wird durch bürokratische, marktwirtschaftliche Organisationen die Freiheit und das Verhalten des Individuums innerhalb der Grenzen normativ institutionalisierter Wege durch Standards, Statute und andere Codes beeinflusst (Clegg u. a., 2006: 236). Eine solche Form von Norm bzw. Code bilden auch digital erstellte Bewertungen.

Dabei machen diese evaluativen Praktiken einen zentralen Bestandteil dessen aus, was als *algorithmisches Management* bezeichnet wird. Gemeinhin bedeutet Algorithmus eine vorab definierte, eindeutige Handlungsabfolge, die zur Lösung eines Problems bzw. einer Aufgabe angewandt wird. Im Zuge der Debatte um *‚platform capitalism'* rückt die Automatisierung wesentlicher Organisations- bzw. Managemententscheidungen zunehmend in den Fokus der Forschung.

Hierbei ist als Definition von algorithmischem Management die Konzeptualisierung von Möhlmann und Zalmanson (2017: 4) hilfreich. Dabei werden die konstante (aber nicht ununterbrochene) Aufzeichnung des Verhaltens der Arbeitskräfte, die ebenso konstante Leistungsevaluation der Arbeitskraft, die automatisierte Implementierung von Entscheidungen, die (mitunter ausschließliche) Interaktion der Arbeitskräfte mit der digitalen Plattform und die geringe Transparenz als grundlegende Charakteristika von algorithmischem Management definiert.

Dieses auf Quantifizierbarkeit von Entscheidungsgrundlagen basierende Phänomen, das oftmals mit einer räumlichen Entkopplung der Entscheidungsfindung einhergeht, lässt sich unter anderem im theoretischen Diskurs zu *‚governance by numbers'* verorten. So stellen Praktiken kalkulativer Messung einen wesentlichen Grundstein organisationaler Machtausübung dar: *„[…] in the last two decades, organizational governance has shifted dramatically […] The key features of this new governance regime include emphasis on calculative measurement practices, quantification of many aspects of organizational practices to render them visible to government funding agencies, development of a plethora of performance indicators and reliance on data-driven evidence to guide policy and decision-making."* (Keevers, Treleaven, Sykes, & Darcy, 2012: 98) Dabei wird den erhobenen Statistiken und Vergleichen in der Regel eine hohe Objektivität zugeschrieben: *„Zahlen geben vor, eine Realität zu zeigen, die außerhalb von ihnen liegt und durch sie sichtbar gemacht werden kann. Faktisch sind Statistiken aber nicht mehr oder weniger adäquate Zweitfassungen einer vorausgesetzten Wirklichkeit, sondern selektive Konstruktionen, die diese Wirklichkeit teilweise erst erzeugen."* (Heintz, 2008: 117) Die (Be-)Wertungen, Quantifizierungen bzw. Zahlen können den EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen dazu dienen, ihre organisationale Macht aus der Distanz auszuüben (Michaud, 2014: 6). Zugleich stellen sie als Kontrollstrategie im Arbeitsprozess, die das Transformationsproblem von Arbeitsvermögen in Arbeitsleistung (bei möglichst hohem Mehrwert) minimieren soll, eine *„Managementstrategie der Re-Taylorisierung, Modularisierung und Digitalisierung"* (Pernicka, Lücking, & Ellmer, 2016: 185) dar und lassen dadurch *„das Konfliktverhältnis zwischen Arbeitskraft und Management wieder deutlicher hervortreten."* (ebda., 2016)

4. Klassenkampf 4.0?

Die Arbeitskräfte, die von digitalen Bewertungspraktiken betroffen sind, sind wohl zu heterogen, um sie als eine neue Form von *ArbeiterInnenklasse* zu erfassen. Dazu ist die Durchdringung der Arbeitswelt durch die soziale Praxis des digitalen Bewertens zu hoch. So werden beispielsweise selbstständige ÄrztInnen, UniversitätslektorInnen, Reinigungskräfte oder TaxifahrerInnen allesamt online von KundInnen bewertet, was auf diese Berufsgruppen aufgrund der großen Unterschiede in deren soziale Stellung, betriebliche Einbettung und Kapitalausstattung[1] völlig unterschiedliche Auswirkungen hat.

Denn bestehende soziale Ungleichheiten werden auch im digitalen Raum reproduziert und daraus resultierend kann digitales Bewerten in unterschiedlichen organisationalen

[1] Anm.: Kapital im Sinne Pierre Bourdieus, also sozial, ökonomisch, kulturell und symbolisch

beziehungsweise hierarchischen Strukturen ebenso unterschiedliche Effekte haben (Fourcade & Healy, 2016: 19). So konstatieren Fourcade und Healy (2013), dass klassifikatorische Regime in Form von Bewertungsplattformen soziale Identitäten und Lebenschancen prägen. Darauf aufbauend stellen Kornberger u. a. (2017: 15) fest: *„Living on the wrong side of the tracks determined the lifes of many people in the 20th century; in order to understand, how life-chances are shaped in the 21st century, perhaps we should ask what it means to live on the wrong side of the virtual tracks of evaluative infrastructures.“*

Ein wesentlicher Aspekt dabei ist, dass vielfach die algorithmische Verarbeitung der digitalen Ratings kaum oder keine Rücksicht auf strukturell von Benachteiligungen bzw. Diskriminierungen betroffenen Gruppen nimmt. So erscheint es unstrittig, dass die Ethnie oder das Geschlecht einen Einfluss darauf haben, welche Bewertungen eine Reinigungskraft oder TaxifahrerInnen erhalten – in den durchaus ausführlichen Guidelines der Plattformunternehmen zu ihren Bewertungssystemen finden sich hierzu jedoch kaum Hinweise für die evaluierenden KundInnen. Daraus schlussfolgernd stellt der Einsatz solcher digitalen Ratingsysteme für das Gleichbehandlungsrecht eine große Herausforderung dar. Diese wird durch die Intransparenz der Algorithmen, von denen die Bewertungen verarbeitet werden und die sich direkt auf Entlohnung und Arbeitsplatzsicherheit auswirken können, noch verschärft.

Wenn auch die Arbeiterschaft, die von digitalen Bewertungspraktiken und/oder algorithmischem Management betroffen ist, äußerst heterogen ist, so unterbindet dies nicht kollektives Handeln und die Bildung sozialer Bewegungen. Dies liegt zum einen daran, dass das Internet als Kommunikations- und Vernetzungsinfrastruktur selbst durchaus dazu beiträgt, Individuen in Austausch zu bringen: „The formation of new collective actors increasingly occurs through online-based communication and, often starting with little more than unstructured collective behavior, turns into organized forms of collective action. The internet is, therefore, now a major starting point of new social formations.“ (Dolata & Schrape, 2018: 22). Ein gutes Beispiel sind FahrerInnen des Taxidienstleisters Uber, für die Online-Foren einen wichtigen Austauschort zum Ungang mit KundInnen, Bewertungen und der Preisbildung darstellen (Möhlmann & Zalmanson, 2017; Rosenblat & Stark, 2016).

Wie sich derartige Gruppen formieren und organisieren, liegt – wie zuvor bereits erwähnt – stark an deren Kapitalausstattung. So macht es beispielsweise einen großen Unterschied, ob es sich bei den Arbeitenden um foodora-FahrerInnen aus einer größtenteils weißen, studentischen Mittelschicht, oder um räumlich zerstreut arbeitende und oft aus unterprivilegierten Verhältnissen stammende Reinigungskräfte handelt. Insbesondere im Rahmen der Proteste von

FahrerInnen im Zustellbereich (foodora, Deliveroo etc.) wurden neue Protestformen etabliert (Animiento, Di Cesare, & Sica, 2017) und zugleich auch Verbindungen mit etablierten Interessensvertretungen bzw. Gewerkschaften hergestellt und genutzt (Vandaele, 2018: 20).

Allgemein lässt sich festhalten, dass plattformvermittelte bzw. plattformbewertete Arbeit verstärkt zu kollektiven Handlungsweisen und zum Zutage treten von Interessenskonflikten führt (Vandaele, 2018). Dies mag auch an neuen Konfliktfeldern liegen, die sich durch die Re-Taylorisierung im Zuge des Aufkommens von algorithmischem Management und der immer stärkeren Einbindung von KundInnen durch digitale Bewertungspraktiken ergeben. Diese konfliktgeladene Tendenz im Zuge der Restrukturierung zahlreicher Dienstleistungsbranchen durch die Plattformunternehmen betrifft dabei auch privilegierte Berufsgruppen – so füllen auch Klagen von MedizinerInnen und Anwaltskanzleien die Schlagzeilen, bei denen juristisch gegen unliebsame Bewertungen vorgegangen wird.

Ein wichtiger Ansatz für den Umgang mit diesen neuen Konflikten in der Arbeitswelt ist neben kollektiven Handlungsweisen wie der Formierung von Gewerkschaften gewiss auch die Bildung unabhängiger Bewertungsinfrastrukturen. So gibt es vermehrt Plattformen, auf denen ArbeitnehmerInnen ihre ArbeitgeberInnen bewerten und dadurch für eine neue Qualität der Transparenz und Gegenmacht innerhalb etablierter Arbeitsbeziehungen sorgen. Trebor Scholz (2016) sieht darin eine dringende aktuelle Aufgabe für die Interessensvertretungen der Arbeitskräfte: *„Consumers take on managerial powers over workers' lives, which comes with an enormous responsibility. [...] Consequently, it is essential that workers establish their own, dezentralized reputation and identity systems."* Ebenso sind „bottom-up approaches", bei denen die ArbeiterInnen in genossenschaftsähnlichen Konstrukten überhaupt selbst zu den Betreibern bzw. Eigentümern der Plattformen werden, wünschenswert – hier ist die Mobilisierung bzw. Bildung solcher Plattformen allerdings bisher noch recht überschaubar (Vandaele, 2018: 20), böte jedoch ebenso wie unabhängige Bewertungsplattformen ein zukunftsträchtiges Handlungsfeld für Interessensvertretungen und einer Politik, die Augenmerk auf das ‚*empowerment*' von Arbeitskräften legt.

Literatur

Thieme, Frank. *Kaste, Stand Klasse.* In: Ahrne, G., Aspers, P., & Brunsson, N. (2015). The Organization of Markets. *Organization Studies*, *36*(1), 7–27. https://doi.org/10.1177/0170840614544557

Altenried, M. (2017). Die Plattform als Fabrik. *PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, *47*(187), 175–192. https://doi.org/10.32387/prokla.v47i187.140

Animiento, S., Di Cesare, G., & Sica, C. (2017). Total Eclipse of Work? Neue Protestformen in der gig economy am Beispiel des Foodora Streiks in Turin. *PROKLA*, *187*(2), 271–290.

Braverman, H. (1985). *Die Arbeit im modernen Produktionsprozeß*. (K. de S. Ferreira & H. G. Nutzinger, Übers.) (1. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Braverman, H. (1998). *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century* (Anniversary edition). New York: Monthly Review Press.

Clegg, S. R., Courpasson, D., & Phillips, N. X. (2006). *Power and Organizations*. London: SAGE Publications Ltd.

Dolata, U., & Schrape, J.-F. (2018). *Collectivity and Power on the Internet: A Sociological Perspective*. Springer International Publishing. Abgerufen von //www.springer.com/de/book/9783319784137

Foucault, M. (2010). *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978--1979* (Reprint edition). New York: Picador.

Fourcade, M., & Healy, K. (2013). Classification situations: Life-chances in the neoliberal era. *Accounting, Organizations and Society*, *38*(8), 559–572. https://doi.org/10.1016/j.aos.2013.11.002

Fourcade, M., & Healy, K. (2016). Seeing like a market. *Socio-Economic Review*, mww033. https://doi.org/10.1093/ser/mww033

Gillespie, T. (2017, August 24). The platform metaphor, revisited – Culture Digitally. Abgerufen 12. Juni 2018, von http://culturedigitally.org/2017/08/platform-metaphor/

Heintz, B. (2008). Governance by Numbers Zum Zusammenhang von Quantifizierung und Globalisierung am Beispiel der Hochschulpolitik. In G. F. Schuppert & A. Voßkuhle (Hrsg.), *Governance von und durch Wissen* (S. 110–129). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. https://doi.org/10.5771/9783845209098-110

Keevers, L., Treleaven, L., Sykes, C., & Darcy, M. (2012). Made to Measure: Taming Practices with Results-based Accountability. *Organization Studies*, *33*(1), 97–120. https://doi.org/10.1177/0170840611430597

Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The Rise of the Platform Economy | Issues in Science and Technology. *Issues in Science and Technology*, *32*(3). Abgerufen von http://issues.org/32-3/the-rise-of-the-platform-economy/

Kirchner, S. (2018). *Arbeiten in der Plattformökonomie. Grundlagen und Grenzen der Entwicklungsdynamik* (Bd. 1).

Kirchner, S., & Beyer, J. (2016). Die Plattformlogik als digitale Marktordnung. *Zeitschrift für Soziologie*, *45*(5). https://doi.org/10.1515/zfsoz-2015-1019

Kornberger, M., Pflueger, D., & Mouritsen, J. (2017). Evaluative infrastructures: Accounting for platform organization. *Accounting, Organizations and Society*, *60*, 79–95. https://doi.org/10.1016/j.aos.2017.05.002

Korte, H., & Schäfers, B. (2016). *Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie* (9., überarbeitete und aktualisierte Aufl. 2016). Wiesbaden: Springer VS.

Meier, F., Peetz, T., & Waibel, D. (2016). Bewertungskonstellationen. Theoretische Überlegungen zur Soziologie der Bewertung. *Berliner Journal für Soziologie*, *26*(3), 307–328. https://doi.org/10.1007/s11609-017-0325-7

Michaud, V. (2014). Mediating the Paradoxes of Organizational Governance through Numbers. *Organization Studies*, *35*(1), 75–101. https://doi.org/10.1177/0170840613495335

Miller, P., & Power, M. (2013). Accounting, Organizing, and Economizing: Connecting Accounting Research and Organization Theory. *The Academy of Management Annals*, *7*(1), 557–605. https://doi.org/10.1080/19416520.2013.783668

Möhlmann, M., & Zalmanson, L. (2017). Hands on the Wheel: Navigating Algorithmic Management and Uber Drivers' Autonomy (S. 18). Gehalten auf der 38th International Conference on Information Systems, South Korea.

Pernicka, S., Lücking, S., & Ellmer, M. (2016). Wissensarbeit und Profession – Zwei Grundformen hochqualifizierter Arbeit zwischen Autonomie und Verwertungslogik. In T. Haipeter (Hrsg.), *Angestellte Revisited* (S. 183–202). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-11233-2_8

Rosenblat, A., & Stark, L. (2016). Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. *International Journal of Communication*, *10*(0), 27.

Scholz, T. (2016). Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy. Abgerufen von http://ictlogy.net/bibliography/reports/projects.php?idp=3111

Spittler, G. (2015). *Anthropologie der Arbeit: Ein ethnographischer Vergleich*. Springer-Verlag.

Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.

Vandaele, K. (2018). Will trade unions survive in the platform economy? *ETUI Working Paper*, 35.