



2019/38 Thema

<https://jungle.world/artikel/2019/38/fressen-und-gefressen-werden>

Ausbeutung in der digitalen Welt

Fressen und gefressen werden

Von **Peter Nowak**

Plattformen, über die Kunden Essen bestellen können, konkurrieren hart miteinander. Leidtragende sind die Beschäftigten. Doch die Fahrerinnen und Fahrer organisieren sich nun selbst.

Am 16. August zog sich der Essenslieferdienst Deliveroo endgültig aus Deutschland zurück. Über 1 000 Beschäftigte wurden mit einem Mal arbeitslos. Zuvor war bereits der Essenslieferdienst Foodora von Lieferando aufgekauft worden, der die wechselseitige Kannibalisierung der Lieferdienste als Sieger überstand. Für Keno Böhme, der für verschiedene Lieferdienste gearbeitet hatte, bevor er hauptamtlich begann, bei der Gewerkschaft Nahrung-Genuss- Gaststätten (NGG) die dort Beschäftigten zu organisieren, hat der Abschied von Deliveroo aus gewerkschaftlicher Sicht auch positive Auswirkungen. »Unserer Meinung nach hängt der Rückzug damit zusammen, dass das Modell der Scheinselbständigkeit der Fahrer nicht funktioniert hat«, sagte er der Jungle World. Wie er haben auch andere Kuriere, sogenannte Rider, mittlerweile den Wert gewerkschaftlicher Organisation erkannt.

Die einzige Chance für ein kollektives Unternehmen sieht die FAU darin, dass Menschen bereit sind, mehr für den Service zu bezahlen.

Die NGG hatte Ende August zum dritten Riders Day nach Berlin geladen. Wichtigster Diskussionspunkt waren die Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten nach der Übernahme von Foodora durch Lieferando. Die Gewerkschafter wollen durchsetzen, dass die Betriebsratsstruktur auch nach der Übernahme erhalten bleibt und den Ridern das Beschäftigungsverhältnis bei Foodora angerechnet wird. Davon hänge schließlich ab, ob die Fahrer erneut zwei Jahre befristet beschäftigt werden können; eine Festanstellung stehe ihnen nämlich erst nach zwei Jahren zu, betonte NGG-Sekretär Christoph Schink im Gespräch mit der Jungle World. Doch nicht alle Kuriere wollen nach dem Aufkauf von Foodora und dem Rückzug von Deliveroo eine Festanstellung bei Lieferando.

Einige von ihnen möchten lieber ein Kollektiv gründen. Zwei Kuriere haben mit »Kolyma

2« die Idee bereits realisiert. Doch das Projekt sei so provisorisch wie der an einen russischen Film erinnernde Name und die Website, sagt Christopher M., einer der beiden Gründer von »Kolyma 2«, der Jungle World. Bisher lohnt sich das Kollektiv für die Betreiber allerdings noch nicht. Für M. ist es ein Zuverdienst zu seinem Einkommen als Softwareentwickler.

Der alternative Kurierdienst wird vor allem am Wochenende angeboten. Kooperationspartner sind einige Restaurants und Hamburger-Läden in den Berliner Stadtteilen Kreuzberg und Schöneberg. Parallel dazu diskutiert eine größere Gruppe von rund 30 Fahrradkurieren über die Gründung eines Kollektivs mit deutlich größerer Resonanz. »Welche Form das am Ende annimmt, ob wir eine Genossenschaft gründen oder lose organisiert bleiben, ist noch nicht entschieden«, sagt M. Einig seien sich die Kuriere darin gewesen, dass sie nicht Angestellte von Lieferando werden wollen. »Weil dadurch einer der wichtigsten Werte für uns nicht mehr gegeben wäre: die Freiheit und Flexibilität. Die Schichtplanung bei Lieferando ist sehr strikt, das ist der Hauptgrund dagegen, neben der schlechteren Bezahlung«, sagte ein Rider im Onlinemagazin Gründerszene.

Als wichtige Werte für das Kollektiv werden »Freiheit, Nachhaltigkeit, Arbeiterrechte, Gesundheit und Würde, aber auch Geld« genannt. Offen bleibt, wie und ob sich diese Werte in einem Kollektiv vereinen lassen. Vor allem dann, wenn ausdrücklich nicht ausgeschlossen wird, dass Fahrerinnen und Fahrer auch angestellt werden können. Spätestens dann muss sich zeigen, ob mit den Werten Freiheit und Flexibilität nicht einfach die kapitalistische Ausbeutung bemäntelt wird. Schließlich haben sich die Lieferdienste seit Jahren darauf berufen und konnten auch wegen der schlechten Bezahlung der Fahrer auf dem Markt erfolgreich sein.

Theresa Ingendaay von der Deliverunion, einer von der Freien Arbeiter-Union (FAU) unterstützten basisgewerkschaftlichen Selbstorganisation der Fahrradkuriere, sagte der Jungle World, dass man einen hierarchiearmen -Kollektivbetrieb, in dem alle das Gleiche verdienen, grundsätzlich befürworte. Probleme könne es aber geben, wenn die Fahrradkuriere gleichzeitig Unternehmer seien. Auch die Gefahr der Selbstausbeutung hält Ingendaay für gegeben. »Ein Kollektivbetrieb, der nicht auf Ausbeutung und Lohndumping setzt, hat dementsprechend höhere Kosten. Das bedeutet, dass die einzelnen Mitarbeiter eventuell einen niedrigen Lohn bekommen. Auch der Anspruch des Kollektivs, Mehrwegpackungen für die Lieferungen einzuführen, müsse erst seine Realitätstauglichkeit beweisen. Es besteht die Gefahr, dass diese Ideale aufgeweicht werden, wenn man konkurrenzfähig bleiben möchte und sich mit den Kosten konfrontiert sieht«, befürchtet -Ingendaay.

Große Konzerne wie Lieferando würden zwar mit CO₂-neutralem Transport werben, dabei würden jedoch die Emissionen, die Alu-, Plastik- und auch Papierverpackungen, die innen mit Plastik ausgekleidet sind, verursachen, außer Acht gelassen. Klaus Meier von der AG Taxi in der Berliner Dienstleistungsgewerkschaft Verdi (siehe Jungle World 31/2019) sieht

für seine Branche nach den Erfahrungen alter Taxikollektive keine Alternative: »Wer Taxikollektive neu beleben möchte, muss eine Antwort auf die Frage haben, wie auskömmliche Einnahmen zu erzielen sind.« Als theoretische Überlegung sind Plattformkooperativen für Meier allerdings interessant. »Die Macht der großen Plattformen beruht zum großen Teil auf der Kontrolle der Kommunikationswege. Wenn es gelingt, neben den Fragen der neuartigen Zusammenarbeit eine erforderliche kritische Masse an Teilnehmern zu erreichen und im öffentlichen Bewusstsein als die bessere Alternative wahrgenommen zu werden, können appbasierte Kooperativen durchaus eine Alternative werden.« Die dafür erforderliche politische Unterstützung werden Kollektivbetriebe und Genossenschaften nach Ansicht von Meier allerdings nur erlangen, »wenn sie nicht ausschließlich als Marktteilnehmer«, sondern ausdrücklich auch als Akteure einer gesellschaftlichen Umgestaltung agierten.

Doch der wahre Reichtum der großen Plattformen sind ihre Daten. Darüber, wie und ob diese auch in Kollektivbetrieben gesammelt und ausgewertet werden sollen, gibt es noch keine Überlegungen. Doch wer den Plattformkapitalismus ohne Big Data betreiben möchte, muss den Wettbewerbsnachteil anderweitig kompensieren.

Die einzige Chance für ein kollektives Unternehmen, auf dem Markt zu bestehen, sieht Ingendaay darin, dass Menschen bereit sind, mehr für die Produkte und Dienstleistungen zu bezahlen. »Es braucht Kunden, die bewusst bei einem Kollektiv einkaufen, weil sie den Zweck wichtig finden.« Die müssen sich diesen Einkauf dann freilich auch leisten können. Zielgruppe für solche gesellschaftspolitisch engagierten Kollektive ist daher auch eher die konsumbewusste Mittelschicht als die Hartz-IV-Bezieher.