



Der Algorithmus, wo man mit muss

Lieferdienste: FastFood 4.0 oder perfide Datensammlung? – Von Torsten Bewernitz

2016 bis 2018 bevölkerten die Proteste von meist jungen und nicht selten migrantischen Menschen mit magentafarbenen, türkisen oder orangen eckigen Kisten die Medienlandschaft. Die Proteste der »Riders«, der AusliefererInnen der verschiedenen neuen und alten Lieferdienste, machen etwas her, sind kreativ und nahe am Alltag der KonsumentInnen.

2019 dagegen ist es um diese Proteste medial eher ruhig geworden, nicht aber um die Branche: Im Oktober 2018 wurde bekannt, dass der »big player« der Branche in Deutschland, Delivery Hero, seine deutschen Lieferdienste Foodora, Pizza.de und Lieferheld für 930 Millionen Euro an den niederländischen Konkurrenten Takeaway (Lieferando) verkauft hat. Danach überstürzten sich die Ereignisse: Amazon (sic!) stieg bei Deliveroo ein (*Handelsblatt*, 17. Mai 2019), während Lieferando im Zuge der Übernahme von Foodora und Co. betonte, den deutschen Markt komplett übernehmen zu wollen. Der nächste Schritt von Takeaway war im August 2019 die Fusion mit dem britischen Konkurrenten JustEat zu JustEat Takeaway.com (*Handelsblatt*, 5. August 2019).

Deliveroo gab daraufhin in Deutschland im Hauruck-Verfahren auf: Am Dienstag, den 13. August 2019 verkündete Deliveroo seinen Rückzug vom deutschen Markt zum Freitag derselben Woche. Möglich war dieser schnelle Ausstieg auch, weil Deliveroo – anders als etwa Foodora – fast ausschließlich mit Solo- bzw. Scheinselbstständigen arbeitete. In Berlin sind Anfang Oktober einige von ihnen vor das Arbeitsgericht gezogen, um ihr Arbeitsverhältnis klären zu lassen und damit anzuzweifeln, dass ein solcher Ausstieg »über Nacht« überhaupt möglich ist.

Der Markt sortiert sich neu – und dabei ist durchaus erst mal die Frage zu stellen, welcher Markt denn überhaupt. Denn ganz offensichtlich geht es bei Foodora, Deliveroo, Lieferando und Co. nicht um Essen, es geht um Daten. Wer ein Faible für Verschwörungstheorien hat, dürfte nun sogar vermuten, dass der Marktausstieg von Foodora und Deliveroo schlicht bedeutet, dass die Firmen nun genug Daten gesammelt haben – sie sind so vom Markt verschwunden, wie der E-Scooter verschwinden wird, wenn genügend Bewegungsdaten gesammelt worden sind.

Das hat auch für die bisherigen Proteste erhebliche Auswirkungen. Es stellt sich die Frage, ob dieser nicht von Anfang an eine falsche Zielrichtung genommen hat, weil die Organisierenden nachvollziehbarerweise glaubten, es ginge um die Lieferung von Mahlzeiten.

Mit Foodora ist das einzige Unternehmen der Branche verschwunden, das Betriebsräte, wenn auch mit fragwürdigen Erschwerungen der Betriebsratsarbeit, akzeptiert und sich zeitweise – zumindest in Deutschland – als mit Gewerkschaften verhandlungswillig gezeigt hat (*junge welt*, 31. Januar 2019).

Was die Rider-Proteste der vergangenen drei Jahre einerseits so relevant und andererseits auch so öffentlichkeitswirksam macht, ist die Schnittstelle, an der diese Arbeit stattfindet: Als hochgradig von digitaler Technik und Algorithmen abhängige Arbeit steht sie exemplarisch für die sogenannte »Industrie 4.0« (oder eher: Service 4.0). Gleichzeitig zeigt sie einen all-

tagsnahen prekären Dienstleistungsbereich auf, mit dem viele Menschen in Kontakt geraten, sei es als direkte KonsumentInnen, als VerkehrsteilnehmerInnen oder als BesucherInnen kooperierender Restaurants oder Fastfood-Ketten. Im weiteren Sinne gehört die Arbeit der Riders zum expandierenden Bereich der Logistik.

Gig-Economy: Eine neue Form der Arbeitsorganisation

Was sich in der kapitalistischen Arbeitsorganisation unter den Stichworten »Digitalisierung« oder »Arbeit 4.0« gerade erneuert, sind vor allem die technischen Umstände, unter denen die Mehrwertakkumulation stattfindet: das schneller und dichter werdende Internet, die flächendeckende Nutzung von Smartphones und den dazugehörigen Apps, die durch diese Technik bestehende Möglichkeit, Maschinen mit Menschen enger zu vernetzen. All das ist aber nicht so neu, dass es den Namen »Industrielle Revolution« verdient hätte, sondern ein seit Jahrzehnten langsam fortschreitender Prozess. Wie dieser aktuell in vielen Branchen umgesetzt wird, ist seit zwei Jahrzehnten z.B. in Callcentern und in den Banken (s. den Beitrag von Peter Balluff in *express* 5/2018) vorexerziert worden.

Es geht bei dieser vermeintlichen »Revolution« nicht um eine neue, innovative Technik, sondern um die dadurch mögliche Neuorganisation von Arbeit. Zu deren wesentlichsten Aspekten gehören:

- das Management durch einen Algorithmus (»Der Algorithmus ist der Boss«)
- höchstmögliche Flexibilität in Produktion und Lieferung
- Produktion und Lieferung »on demand«
- die permanente Kontrolle der ArbeiterInnen (»We track everything!«)
- individuelle Produktion – weg von der Massenproduktion hin zu Einzelstücken, wie es paradigmatisch mit dem persönlichen 3D-Drucker vorstellbar wird
- Sichtbarkeit der gesamten Lieferkette
- digitaler Taylorismus: Unterteilung in kleinste Arbeitsschritte (wie etwa der »Microtasks« im Cloudworking für Google, Amazon Mechanical Turk u.ä.).

Kurz: Paketfahrer von Hermes, die Spätschicht im Supermarkt und die LagerarbeiterInnen bei Amazon haben es mit einer sehr ähnlichen Form des Managements zu tun (vgl. Cant 2018). Diese neue Form des Managements ist letztlich nur »mehr vom selben«, nämlich »niedrigere Löhne, mehr Leistungsdruck, noch höhere Fluktuation, mehr Befristung und Leiharbeit«. Der Wissenschaftsjournalist Matthias Becker folgert daraus: »Der ›digitale Kapitalismus‹ ist keine neue Produktionsweise, nicht einmal eine neue Phase der kapitalistischen Entwicklung« (Becker 2017b).

»Das weltgrößte Taxi-Unternehmen Uber hat keine eigenen Fahrzeuge, das wohl wichtigste Medien-Unternehmen Facebook keine eigenen Inhalte, der wertvollste Einzelhändler der Welt, Alibaba, keine eigene Lagerhaltung, und der größte Unterkunft-Vermittler Airbnb keine eigenen Immobilien« (sprichwörtlich, zit. n. Becker 2017a). Und, so ist hinzuzufügen, die entsprechenden Lieferservices wie Foodora, Deliveroo oder UberEats, haben keine Küchen und keine Restaurants. Der Wandel der Arbeitswelt in eine digitalisierte zeigt sich hier vor allem in der Form des »Gigs«, des einzelnen Auftritts – wie ein Schauspieler nur auf der Bühne seine Rolle verkörpert, so ist (jedenfalls für das Unternehmen) der Rider nur Rider, während er ausliefert (auch so etwas hat, nebenbei gesagt, deutliche Auswirkungen auf die Wahrnehmung der eigenen Identität und Klassenzugehörigkeit). Nur die tatsächlich geleistete Arbeit, der Gig, wird auch bezahlt. Das ist die Krönung der Idee des Akkords. Hinzukommt, dass bezahlte Arbeit auch nur noch dann angeboten wird, wenn diese Arbeit vom Endkonsumenten eingefordert wird, also »on demand«. Keiner Basislohn gibt es für die ArbeiterInnen, nicht der juristisch korrekte Begriff, denn oft genug handelt es sich um Solo- oder Scheinselbstständige, wie etwa bei Deliveroo. Die StartUp-Unternehmen sourcen damit auch noch ihr Firmenrisiko an ihre ArbeiterInnen aus. Dabei bieten die Lieferplattformen selber nichts an außer einem eingehegten digitalen Marktplatz. Genau dieser ist es jedoch, der das Geschäftsmodell für die Unternehmen attraktiv macht,

denn der eigentliche Kern des Handels sind nicht Burger, Pizzen und Sushi für die KonsumentInnen, sondern deren Daten: Die Apps für FahrerInnen, KundInnen und Restaurants sammeln persönliche Daten, zu denen naturgemäß Wohnort, Arbeitsplatz (Mittagspausen-Bestellungen) und Essverhalten im Allgemeinen gehören (*junge welt*, 31. Januar 2019).

Wer arbeitet bei den Lieferdiensten?

Die Riders sind in ihrer großen Mehrheit jung und männlich. Ebenso allgemein lässt sich sagen, dass sie allesamt sportlich und technikaffin sind – Fahrrad und Smartphone als grundlegende Arbeitsmittel setzen diese Eigenschaften voraus. Vor allem die Tätigkeit auf dem Fahrrad betreffend lässt sich immer wieder hören, dass mit der Aufnahme der Beschäftigung das Hobby zum Beruf gemacht wurde. Auf dieser Affinität zum Job beruht auch das relativ neue Phänomen, sich entweder genossenschaftlich oder mit einem kleinen Unternehmen in der Branche selbstständig zu machen. Heiner Heiland hat in einer Studie für die Hans-Böckler-Stiftung 246 Riders von Foodora und Deliveroo befragt. Demnach sind lediglich 14 Prozent der Riders weiblich, sie sind durchschnittlich 29 Jahre alt, 62 Prozent der Befragten hatten die deutsche Staatsbürgerschaft, von denen wiederum 53 Prozent die Hochschulreife und 23 Prozent einen Hochschulabschluss hatten. Unter den migrantischen Befragten ist es sogar die Hälfte, die über einen Hochschulabschluss verfügt (*Böckler Impuls* 14/2019: S. 5).

Meinen eigenen Beobachtungen zufolge sind die Belegschaften oftmals migrantisch geprägt. Das variiert jedoch von Stadt zu Stadt. In Münster z.B. sind die Riders, die Kontakt mit dem dortigen Syndikat der FAU und anlässlich der Betriebsratswahl mit der NGG aufgenommen haben, ›weiße‹ StudentInnen mit deutscher Staatsbürgerschaft. Der Rider-Job als körperlicher Ausgleich zum Studium trifft als Bild offenbar auch für die italienischen Großstädte zu. Nach Einschätzungen Münsteraner FAU-Mitglieder gilt dies auch für die dortige Gesamtbelegschaft. In Berlin dagegen sind die Belegschaften von Foodora und Deliveroo deutlich migrantisch, ebenso in Mannheim, dennoch sind hier starke Unterschiede festzustellen: Die migrantische Belegschaft in Berlin besteht eher aus gut ausgebildeten, oft ebenfalls studierenden oder studierten MigrantInnen, nicht selten aus nordwesteuropäischen Staaten. In Mannheim sind es offenbar MigrantInnen, die erst vor wenigen Jahren nach Deutschland gekommen sind und für die – so ein wörtliches Zitat eines Rider Captains – »Foodora die einzigen waren, die mir eine Chance gegeben haben«. Zwei Mannheimer Riders, mit denen ich im Jahr 2018 gesprochen habe, waren kurz zuvor noch obdachlos gewesen, im Gespräch wurden mehrere solcher Beispiele genannt.

Das hat für die verschiedenen Formen des Protests weitreichende Folgen. In einer etwas holzschnittartigen These ließe sich behaupten: Studierende ohne Migrationshintergrund wenden sich an die NGG und gründen Betriebsräte, gut ausgebildete MigrantInnen mit Netzwerken tendieren zur Selbstorganisation, vereinzelte und extrem prekäre MigrantInnen setzen darauf, die Verhältnisse zu ertragen.

Hinzu kommt die extrem hohe Fluktuation der MitarbeiterInnen der Lieferdienste. Die wenigsten arbeiten hier länger als ein Jahr, viele sogar kürzer, weil der Job mit dem Fahrradtraining im Winter nicht mehr so attraktiv ist, wie er im Sommer noch schien. Viele Riders haben von Anfang an nur eine kurzfristige Übergangsbeschäftigung gesucht, viele gehen jedoch auch aufgrund der niedrigen finanziellen und arbeitsrechtlichen Standards der Firmen. Die Firmen nutzen dies selbst als Argument und sprechen nur von Teilzeitbeschäftigungen und Zweiteinkommen: Dass man von dem, was man bei einem Lieferservice verdient, nicht leben kann, ist auch ihnen klar.

Die Proteste in diesem Sektor sind nicht zuletzt auch deswegen unwahrscheinliche Kämpfe: »kein Zugehörigkeitsgefühl zu einer ›Belegschaft‹, Anonymität, hohe Fluktuation und Konkurrenz unter den Beschäftigten sowie Furcht vor ›Vergeltungsmaßnahmen‹ nach Protesten« ständen, so Anne Degner und Eva Kocher, einer kollektiven Selbstorganisation im Wege: »Hinzu kommt, dass durch den hohen Anteil migrantischer Beschäftigter Sprachbarrieren bestehen oder der Job mit der Aufenthaltsgenehmigung verknüpft ist, sodass auch Existenz-

ängste die Organisationsbereitschaft beeinträchtigen« (2018: S. 248). Die meisten Riders sehen sich nach etwas anderem um, bevor sie protestieren, andere wiederum sind so abhängig von dem Job, dass sie deswegen keinen Protest wagen. Eine dritte Gruppe wiederum (mutmaßlich vor allem die weißen ›biodeutschen‹ Studierenden) teilt die jungdynamische StartUp-Ideologie vom »Unternehmer seiner Selbst«.

Spezifische Probleme bei den Delivery Services

Die »big players« der Branche waren bislang Delivery Hero (u.a. Foodora, Lieferheld und pizza.de), Deliveroo, Lieferando und UberEats. Delivery Hero agiert in 40 Staaten mit etwa 12.000 MitarbeiterInnen (Stand: Mitte 2018), allein Foodora ist in zehn Ländern aktiv und hier in 260 Städten, in Deutschland waren es bis zur Übernahme durch Lieferando 21 Städte. Foodora beschäftigte 2.500 Riders (Stand: Mitte 2018). Deliveroo ist in zwölf Staaten und hier in 160-200 Städten aktiv.

Das einzige, was diese Unternehmen besitzen, sind entsprechende Apps, Homepages und Algorithmen. Damit bieten sie einen geschlossenen digitalen Marktplatz für Produkte (Speisen, die nicht sie, sondern die Restaurants, die sich auf diesem Marktplatz einkaufen, anbieten) einerseits und für Arbeit andererseits. Sie machen keine hohen Profite, aber sie expandieren dennoch – wie ist das zu erklären? Die einzigen Kostenfaktoren für die Unternehmen sind die Investitionen in Programmierung und die Arbeitskraft der Riders. Deren Löhne zu drücken ist damit die nahezu einzige Möglichkeit, Profit zu erwirtschaften. (Auch dies ist eine strukturelle Ähnlichkeit zu den Callcentern, deren Fixkosten für Technik und Räumlichkeiten kaum variabel sind, auch hier lässt sich der Profit fast ausschließlich über die Bezahlung der Arbeitskraft steuern).

Hinter den Delivery Services stehen aber oftmals größere Investoren, wie z.B. Tengelmann im Falle Delivery Hero. Damit wird auch deutlich: Der Mythos des kleinen StartUps vom erfindungsreichen Gerade-nicht-mehr-Studierenden, der sich mit einer cleveren Idee selbstständig macht, ist höchstens die halbe Wahrheit.

In allen (deutschen) Städten, in denen Riders aktiv wurden, stehen Fahrradthemen ganz vorne auf der Agenda. Vor allem geht es um tatsächliche Reparaturkosten und den unbezahlten zeitlichen Aufwand für Fahrradreparaturen. In eben diesem Aspekt hat sich z.B. Foodora in Deutschland auch entgegenkommend gezeigt und seit den ersten Protesten eine kilometerabhängige Pauschale für Fahrradverschleiß gezahlt. Foodora hat, zumindest in einigen Städten, wenigstens ein Firmenrad, auf das ausgewichen werden könnte, wenn es denn heil und auffindbar ist – manchmal sogar ein oder mehrere E-Bikes. Foodora kooperierte ferner mit bestimmten Fahrradwerkstätten, die den Riders Rabatte boten. Diese fanden sich allerdings häufig nur dort, wo Foodora auch Büros unterhielt – Mannheimer Rider z.B. mussten mit der Bahn eine Werkstatt in Frankfurt am Main aufsuchen.

In Mannheim wurde als schweres Problem auch Alltagsrassismus benannt (siehe dazu unten zur Zusammensetzung der Riders), weniger von KundInnen als vielmehr im Straßenverkehr. Teilweise scheint dies auch durchaus ein Problem innerhalb der Belegschaften zu sein (ein Mannheimer Fahrer etwa beklagte sich darüber, dass die Verkehrssprache unter den KollegInnen englisch sei, dessen er nicht mächtig ist. Als Lösung schlug er vor, nur Deutsche als »Captains« einzusetzen).

In vielen Städten wird auch die Schichtvergabe als Problem benannt. In den Gesprächen, die ich in Mannheim geführt habe, spielte dies allerdings keine Rolle, im Gegenteil wurde betont, dass alle genug Schichten bekommen würden. Ein Riders Captain erklärte dies mit der Unternehmensstruktur: In den peripheren Gebieten (alle jenseits der Millionenstädte) stellte Foodora eher weniger Riders ein, die dafür aber teilweise weite Strecken in Kauf nehmen mussten. Die Kritik an der Schichtvergabe bezog sich vor allem darauf, dass diese intransparent sei, da auch sie nicht von einer Personalabteilung, sondern vom Algorithmus gemanagt wird.

Immer wieder zur Sprache kommen auch die Löhne, vor allem dort, wo es sich um Stücklohn, also die Zahlung pro Lieferfahrt handelt. Dies war ein Auslöser der ersten Proteste in Italien und Großbritannien. Foodora hatte eine Zahlung auf dieser Basis experimentell in Berlin versucht. Deliveroo arbeitete bei den Riders fast ausschließlich mit Soloselbstständigen, d.h. auf Werkvertragsbasis. Der Lohn lag laut der mit der NGG kooperierenden Initiative »Liefere am Limit« zwischen null und 20 Euro in der Stunde (zum Vergleich: der Stundenlohn bei Foodora lag 2018 bei 9 Euro, bei Lieferando bei 10 Euro). Es ist aber nicht nur die Lohnhöhe, die für Unmut sorgt, sondern auch die Art der Lohnberechnung: Ob der Gig ausgeführt, also das Werkstück erbracht wurde, misst eine App per Tracking. Welche Messdaten hier aber für die Bezahlung relevant sind, bleibt den Riders im Normalfall unbekannt. Neben dem reinen Stücklohnmodell gilt dies auch für das Modell von Bonuszahlungen, die außerdem dazu verleiten, unvorsichtig bis verkehrswidrig zu fahren.

Weitere oft genannte Aspekte sind die Unterminierung von Mindeststandards, die Digitalisierung sämtlicher Arbeitsprozesse, die weitgehend anonyme Kommunikation mit dem Unternehmen (global erscheint mir das sogar der wesentliche Punkt zu sein, vor allem dann, wenn ein solches Unternehmen vordergründig einen Betriebsrat akzeptiert), die Nutzung des Smartphones als »digitaler Stempeluhr«, die willkürliche Veränderung der Arbeitsbedingungen (so begannen die Proteste in Berlin, als Foodora den KundInnen per App die Vornamen der Riders mitteilte) und die permanente Verfügbarkeit. Im Allgemeinen kann man das Beschäftigungsmodell in den Delivery Services – dies entspricht der jungdynamischen StartUp-Ideologie – mit Ingrid Artus als ein Modell der repressiven Vergemeinschaftung bezeichnen: Alle sind befreundet, gleich und »per Du«, solange man gemeinsam hinter den Unternehmenszielen steht, aber: »Bereits die ›ganz normale‹ sozialpartnerschaftliche Tradition deutscher Betriebsräte verträgt sich nicht mit dieser Konzeption. Initiativen kollektiver Belegschaftsmobilisierung, die die Vorstellung systematisch widersprüchlicher Interessen zur Grundlage ihres Handelns machen und gar machtpolitische Strategien der Interessendurchsetzung gegen das Management initiieren, sind eine Art Kriegserklärung an die Unternehmenskultur und müssen mit der geballten und unerbittlichen Repressionsgewalt der Unternehmenszentrale rechnen« (Artus 2010: S. 116).

Grundsätzlich lässt sich, die Proteste betreffend, verallgemeinern: Es geht nicht nur um den Arbeitslohn und die Arbeitszeit, es geht vor allem auch um die Würde am Arbeitsplatz.

Zu den Protesten der Rider erscheint im nächsten express ein eigenständiger Beitrag.

Literatur:

Artus, Ingrid: Prekäre Kämpfe. Herrschaft, Integration und Widerstand im Dienstleistungsbereich. In: jour fixe Initiative Berlin (Hrsg.): Souveränitäten. Von Staatsmenschen und Staatsmaschinen. Münster 2010. S. 107 – 132.

Becker, Matthias: Automatisierung und Ausbeutung. Was wird aus der Arbeit im digitalen Kapitalismus? Wien 2017a.

Becker, Matthias: Industrie 4.0: Die Automatisierung der Ausbeutung. In: Blätter für deutsche und internationale Politik 10/2017b, S. 101 – 107.

Cant, Callum: The wave of worker resistance in European food platforms 2016 – 2017. In: Notes from below #1/2018. <https://notesfrombelow.org/article/european-food-platform-strike-wave>.

Degner, Anne und Eva Kocher: Arbeitskämpfe in der »Gig-Economy«? Die Protestbewegungen der Foodora- und Deliveroo-»Riders« und Rechtsfragen ihrer kollektiven Selbstorganisation. In: Kritische Justiz 3/2018. S. 247–265.

Redaktion Böckler Impuls: Riders vernetzen sich. In: Böckler Impuls 14/2019, S. 5.

express im Netz unter: www.express-afp.info