

Abstract

Unternehmer*innen des Profils: Reputation und Relationale Arbeit auf Upwork

Felix Diefenhardt, Goethe Universität Frankfurt am Main

Der Arbeitsalltag von selbstständigen Arbeiter*innen, sog. Freelancer*innen, ist durchzogen von dem was Sergio Bologna in einer frühen theoretischen Konzeptualisierung dieser Arbeitsform als *relationale Arbeit* bezeichnet hat (vgl. Bologna, 2006). Mit diesem Begriff umfasst Bologna jene arbeits- und zeitintensiven unbezahlten Tätigkeiten, die dazu dienen sollen, den Selbstständigen den stetigen Zufluss von Aufträgen zu garantieren, von dem ihre berufliche Existenz abhängt. Insbesondere im Bereich der Kreativarbeit spielt hierbei die Reputation eine wichtige Rolle. Auf dem höchst prekären und ungleichen Arbeitsmarkt selbstständiger Kreativarbeiter*innen ist es von existentieller Bedeutung, sich eine Reputation zu erarbeiten, die in ein breites soziales Netzwerk möglicher Klient*innen und Kollaborateur*innen ausstrahlt. Der implizite Idealzustand ist der, dass einem ein guter Ruf vorausseilt, was den relationalen Arbeitsaufwand verringern würde (vgl. McRobbie, 2016). Ein breites Feld empirischer und theoretischer soziologischer Forschung hat diese Felder unbezahlter Arbeitszeit ausgeleuchtet. Und Autoren wie Maurizio Lazzarato haben unter anderem wiederholt dafür plädiert, dass diese nichtbezahlten Tätigkeiten nicht als unproduktiv zu verstehen sind: relationale Arbeit schafft und entwickelt die Soft-Skills und das Vertrauen, welche für den glücklichen Ausgang eines Projekts oft elementar, gleichsam kaum als Produkte produktiver Arbeitszeit anerkannt sind, woraus sich ein Ausbeutungsverhältnis zugunsten der Klient*innen ergeben kann (vgl. Lazzarato, 2017).

Der Aufstieg des zeitgenössischen „Plattformkapitalismus“ (Srnicek, 2016) markiert eine zentrale Veränderung in diesen Arbeitsverhältnissen: Plattformen wie Fiverr oder Upwork schieben sich nun zwischen Klient*innen und Freelancer*innen und medieren deren Verhältnis durch Algorithmen, was, so meine zentrale These, bedeutende Auswirkungen auf die Formen der unbezahlten relationalen Arbeit hat. Fiverr und Upwork versprechen ihren Klienten Zugriff auf einen globalen Pool selbstständiger Arbeiter*innen und eine Standardisierung der Vergabe, Kontrolle und Bezahlung von Aufträgen. Dafür verlangen diese Plattformen eine Pacht, welche auf die über die Plattform abgewickelten Geschäfte erhoben wird.

Meine Masterarbeit, die das empirische und theoretische Fundament meines Kongressbeitrags bilden soll, geht der Frage nach, welche Auswirkungen sich durch die algorithmische Mediatisierung durch die Plattformen, für die relationale Arbeit und die Arbeit an der eigenen Reputation ergeben. Es ist anzunehmen, dass diese zunehmend von Algorithmen bestimmt werden, die die Aktivitäten der Freelancer auf der Plattform und dessen Beurteilung durch Klienten kontrollieren, tracken, speichern und verarbeiten, in der Form von Rankings in der Suchfunktion oder von auf den Profilen angezeigten Scores. Die unbezahlte Arbeit an einem Netzwerk potenzieller Klienten und einer öffentlich wirksamen Reputation ist unter solchen Verhältnissen verknüpft mit dem Profil, das zwar von den Freelancern erstellt, allerdings von Algorithmen verarbeitet wird – Algorithmen, die für die Freelancer eine Black Box darstellen und voll und ganz der Kontrolle durch die Plattformunternehmen unterstehen. Diese Thesen sollen anhand von ausführlichen Interviews mit deutschsprachigen Freelancer*innen, die ihre Dienste in der Kategorie „Design & Creative“ auf Upwork anbieten, überprüft werden. Die aus dieser empirischen Basis gezogenen soziologischen Erkenntnisse und politischen Implikationen plane ich auf dem Kongress vorzustellen. Meine These ist, dass die Algorithmisierung relationaler Arbeit ihre Intensivierung impliziert und sie letztlich dem algorithmischen Management Upworks unterwirft, auf das die Arbeiter*innen kaum Einfluss nehmen können. Wettbewerbsdruck und Rivalität unter den Freelancer*innen steigen dadurch. Die Anerkennung unbezahlter relationaler Arbeit wird verhindert, da ihre Resultate (beispielsweise in Form von Ratings und Scores) als die „objektiven“ Messungen der Performance auf der Plattform erscheinen. Allerdings möchte ich besondere Aufmerksamkeit auch den Praktiken zuwenden, mit deren Hilfe sich Freelancer*innen auf Upwork eine (kollektive) Handlungsmacht erhalten, indem sie beispielsweise die Reaktion des Algorithmus auf ihr Verhalten antizipieren und erfolgsversprechende Strategien, die mit solchen Antizipationen arbeiten, miteinander teilen. Digitale Plattformen außerhalb von Upwork scheinen eine zentrale Rolle für diese gegenseitige Hilfe zu bieten. Zuletzt möchte ich meine empirischen und theoretischen Erkenntnisse auch daraufhin befragen, ob und wie eine solidarische Organisation zwischen kreativen Freelancer*innen auf den Plattformen möglich ist, die über informelle Praktiken der gegenseitigen Hilfe hinausgehen.

Literatur

Bologna, S. 2006. *Die Zerstörung der Mittelschichten: Thesen zur Neuen Selbstständigkeit*. Nausner & Nausner Verlag: Wien.

Lazzarato, M. 2011. *Experimental Politics: Work, Welfare and Creativity in the Neoliberal Age*. Cambridge: The MIT Press.

McRobbie, A. 2011. The Los Angelesation of London: Three Short Waves of Young People's Micro-Economies of Culture and Creativity in the UK. In: Gerald Rauning, Gene Ray, Ulf Wuggenig (eds.) *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries'*, London: Mayfly Books, pp. 119 – 133.

Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.