

Gebetene und ungebetene Gäste der Mediatisierung: Spannungen in digitalen Service-Ökologien am Beispiel App Store

*Tilo Grenz, Karlsruher Institut für Technologie
Lehrstuhl für Soziologie des Wissens*

Application Stores, wie der des weithin bekannten Unternehmens Apple, sind bekanntermaßen keineswegs nur (informations-)technische Verteilungs-Infrastrukturen. Vielmehr sind es Felder, in denen eine Vielzahl an unterschiedlich aufeinander bezogenen Organisationen und Akteuren (Apple, Telekommunikations-Provider, Developer, User usw.) koordiniert werden (service systems). Mit Blick auf die Nutzer soll dabei jegliches Handeln durch backend und frontend Eigenschaften, d.h. Seitenaufbau, Bezahloptionen, Button-Bezeichnungen usw. in bestimmte Bahnen gelenkt und bekannte Abstimmungsprozesse weitestgehend standardisiert und formalisiert werden, während gleichzeitig Developer qua Informationstechnologie und entsprechender Toolkits als ‚value (co-)creator‘ (Vargo et al. 2004) erscheinen, die Apps in Masse erstellen und über den Store verbreiten. Die Dienstleistung von Apple besteht darin, dass das Unternehmen als ‚Mediator‘ die Beziehung zwischen Anbietern (App-Developer) und Kunden (User) koordiniert, durch sog. Approval Verfahren eine andauernde Qualitätssicherung verfolgt und darüber hinaus die technische Grundlage („App Store“, eine entsprechende App auf den iPhones, iTunes usw.) bereitstellt, wartet und fortwährend verbessert. Dergestalt als ‚digitale Ökologien‘ verstandene App Stores sind allerdings – folgt man einschlägigen Studien – von einzelnen Betreibern wegen der Zahl beteiligter Akteure und Akteursgruppen nur mehr schwer zu kontrollieren. Der enorme Erfolg des App Store Business Models weist allerdings auf ein offenbar funktionierendes Governance Modell im paradoxen Pendel zwischen ‚control‘ und ‚generativity‘ hin (Eaton 2011).

Während die einigermaßen überschaubare Zahl existierender Studien zur Governance von App Stores vor allem deren kontraktuelle Komplexität (z.B. mit beteiligten Dritten) und – im Anschluss an eine „service dominant logic“ (Vargo/Lusch 2004) – die ko-kreativen Ermöglichungstendenzen fokussieren, soll im Vortrag herausgestellt werden, dass der umfassende Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien auch nicht-intendierte Formen der Aneignung durch User und Developer ermöglicht, die für Irritationen bis hin zu Zwangsmomenten der Service Innovation führen können. Einfallstore für derartige Friktionspunkte bestehen vor allem darin, dass die Regularien dieser digitalen Dienstleistungsfelder maßgeblich in eine bestimmte informationstechnologische (Plattform- bzw. Dienst-)Architektur des Web 2.0 eingeschrieben sind und damit wiederum symptomatisch ‚anfällig‘ für umdeutende und modifizierende Aktivitäten an eben diesen Informationstechniken bzw. den technisch-funktionalen Regularien der Handlungskoordination sind. In den Blick geraten damit erstmalig in den ‚information system sciences‘ als „Outlaw Innovators“ (Flowers 2008) bezeichnete User(-gruppen), die digitale (Medien-)Produkte andersartig als vorgesehen verwenden, diese mitunter modifizieren, und damit auch in ökonomische Prozessabläufe eingreifen. Entgegen der dezidiert einbezogenen Developer als ‚content creator‘ sind diese Akteure nicht eingeladen, sondern verschaffen sich selbst Zugänge zu Angebotsräumen. Bislang steht es aus, (technologie- und ablauf-)modifizierende Aktivitäten von Outlaw Innovatoren oder ‚Hackern‘ systematisch auf dienstleistungssoziologische Fragen zu übertragen.

Um Hinweisen auf diese friktionalen Momente in digitalisierten Dienstleistungsbeziehungen nachzuspüren, soll im Vortrag ein Fall herangezogen werden, der vor gut zwei Jahren als „In-App-Purchase-Hack“ bekannt geworden ist: Durch einen sog. „man in the middle attack“ hebelte ein findiger App-Store-Nutzer ein zentrales Bezahlmodell des Konzerns aus, das es Entwicklern ermöglicht, innerhalb kostenloser Apps kostenpflichtige Zusatzangebote zu integrieren. Die vom Nutzer über diverse Kommunikationsmedien in Umlauf gebrachte Umgehungsmethode ermöglicht es (bis heute), kostenpflichtige Zusatzangebote in Applikationen kostenlos zu erhalten, ohne dafür garantie-gefährdende Eingriffe an der Software des eigenen iPhones vornehmen zu müssen. Aus dezidiert prozessorientierter Perspektive soll im Vortrag nachgezeichnet werden, wie das Unternehmen Apple auf diese unvorhergesehene Bedrohung reagierte. Hervorgehoben werden soll dabei das infolge des Angriffs durch Apple vertretene und veränderte Verständnis von Dienstleistungsbeziehungen, d.h. derjenigen zwischen dem Konzern und den Entwicklern und derjenigen zwischen Nutzern und Entwicklern. Im letzten Teil des Vortrags sollen Anschlüsse zu einer jüngeren Gegenwartsdiagnostik aus dem Umfeld der Reflexiven Modernisierung dargestellt werden, bei der davon ausgegangen wird, dass Institutionen (und damit auch die ‚Spielregeln‘ der Aktion und Interaktion zwischen Anbietern und Kunden) in zunehmendem Maße in

sozio-technischen Feldern, d.h. an und mit hervorgebrachten, spezifisch genutzten und umgenutzten Technologien ausgehandelt werden und sich verfestigen (Lash 2003). Diese Überlegungen schließen sich an die Empirie und (Zwischen-)Ergebnisse des am Lehrstuhl für Soziologie des Wissens in Karlsruhe bearbeiteten Forschungsprojektes "Mediatisierung als Geschäftsmodell II" an, bei dem es sich um ein Teilprojekt des DFG geförderten Schwerpunktprogramms "Mediatisierte Welten" (SPP 1505) handelt.