

Soloselbstständige Internet- Dienstleister im Niedriglohnbereich: Prekäres Unternehmertum auf Handwerksportalen im Spannungsfeld zwischen Autonomie und radikaler Marktabhängigkeit

Vortrag
Zweite Tagung der Initiative 3sR
„Tertiarisierung der Gesellschaft“
München, 27.03.2014
Dipl. Soz. Philipp Lorig
Universität Trier

Gliederung

- ❑ Soloselbstständigkeit im Niedriglohnsektor
- ❑ Das prekäre Potenzial soloselbstständiger Dienstleistungsarbeiten
- ❑ Das Internet- Dienstleistungsportal www.MyHammer.de
- ❑ Unterbietungswettbewerb und Bewertungssystem
- ❑ Marktabhängigkeit und Kundenorientierung
- ❑ Schlussfolgerungen/ Fazit

Solosebstständigkeit im Niedriglohnsektor

- Anteil der Selbstständigen an allen Erwerbstätigen mittlerweile knapp 12 Prozent
- Anteil der Solosebstständigen an allen Selbstständigen 2013: 57 Prozent (2,6 Mio. Personen)
- Zunahme der Solosebstständigkeit vor allem in bestimmten Berufen/ Branchen → mehr als jede zweite Gründung mittlerweile im Dienstleistungssektor
- Baugewerbe, Gebäudereiniger, Hausmeister: überproportionaler Anstieg
- „Ökonomien der Not“: Selbstständigkeit als Ausweg aus Arbeitslosigkeit
- Trend Mitte der 2000er Jahre: Existenzförderungen und „Ich-AG“
- Hartz- Reformen und „Handwerksnovelle“: Immer mehr „einfache“ Dienstleistungen werden in das Feld der prekären Beschäftigung abgedrängt

Prekarisierungspotenziale von Soloselbstständigkeit

- Größere Spreizung der Einkommensspanne:
 - 29 Prozent aller Soloselbstständigen im unteren Einkommensbereich (<1.100 Euro)
- Die Hälfte aller Soloselbstständigen verdient <14.252 Euro pro Jahr → Armutsgrenze liegt bei 14.000 Euro pro Jahr
- Fast ein Drittel aller Soloselbstständigen gibt an, in einem Haushalt mit monatlich weniger als 1.700 Euro zu leben
- 30 Prozent leben nach ihrer subjektiven Wahrnehmung des Haushaltseinkommens unterhalb der Armutsrisikoschwelle

Prekarisierungspotenziale von Soloselbstständigkeit II

- Über 50 Prozent der Soloselbstständigen- Haushalte sind nicht in der Lage, vom monatlichen Einkommen etwas anzusparen
- Zwischen 2005 und 2011 Zahl der „Aufstocker“ unter den Selbstständigen um 279 Prozent gestiegen
- Anteil der Selbstständigen an allen ALG II Empfängern wächst kontinuierlich (2005: 4,4 Prozent, 2011: 9,4 Prozent)
- Vollzeitwerb, keine Teilzeit: 64 Prozent arbeiten zwischen 30 und über 40 Stunden die Woche
- Fast zwei Drittel der Aufstocker beziehen Stundenlöhne unter 5 Euro

Prekäres Unternehmertum

„Mit Blick auf die hier diskutierten Befunde zur objektiven Prekarität und subjektiv gefühlten Prekarisierung unternehmerischen Arbeitens kann ein Unternehmertum als prekär gelten, wenn sich die unternehmerisch Tätigen objektiv an der Armutsgrenze und/ oder sich subjektiv in einer als heikel empfundenen sozialen Lebenslage befinden und ihre Lebensführung entsprechend ausrichten (müssen), d.h., wenn das Einkommens-, Schutz- und Inklusionsniveau auf längere Sicht unter den gesellschaftlichen Standard zu sinken droht bzw. sinkt und/ oder die unternehmerisch Tätigen darauf hoffen müssen, unternehmerisch erfolgreich zu sein, und doch permanent befürchten, (noch) weiter sozial abzustiegen. Prekäres Unternehmertum wird also wie auch in den arbeitssoziologischen Studien über abhängige Erwerbstätige- sowohl mit Blick auf objektive Erwerbsstrukturen wie Marktbedingungen als auch auf subjektive Orientierungen bzw. Handlungsstrategien bestimmt.“

(Bührmann 2012: 141)

Das Internet- Dienstleistungsportal www.MyHammer.de

- Gegründet 2005
- Europäischer Marktführer unter den Internetportalen für Handwerks-und Dienstleistungsaufträge
- 6 Mio. Suchanfragen im Monat
- Deutsches Portal: 1,7 Mio. registrierte Nutzer
- Davon 290.000 Handwerker und Dienstleister
- Pro Monat 50.000 neue Ausschreibungen
- Pro Tag 1.000 Neuanmeldungen

Das Internet- Dienstleistungsportal www.MyHammer.de II

- Abläufe von Angebot und Nachfrage
- Auftraggeber: direkte Suche über Suchmaske oder Eintragen eines Auftrags
- Auftragnehmer: Einrichten eines Profils mit Informationen, Qualifikationen, Bewertungen
- Ungleiche Informationen: Auftraggeber sieht Profile, Auftragnehmer muss Informationen über Kunden und Auftrag kaufen
- Zwei Charakteristika: verschleierter „Unterbietungswettbewerb“ und disziplinierendes Bewertungssystem

Unterbietungswettbewerb und Konkurrenzdruck bei www.MyHammer.de

- Keine Rückwärtsauktion mehr, heute „indirekte“ Konkurrenz, Unsicherheiten, Kampf um Aufträge
- „Niedrige Preise“ der Konkurrenz immer noch Orientierungsgröße, als Maßstab der eigenen Preisvorstellungen
- Beispielrechnung
- Unterbietungswettbewerb nimmt verschleierte Form an: er wurde auf die Eigenverantwortung und Kalkulation der Soloselbstständigen übertragen

Verschleierter „Unterbietungswettbewerb“

„MyHammer macht eigentlich die normalen Firmen kaputt. Das ist ja bloß ein Untergebiet, das ist nicht wie ebay wo du höher bieten tust, sondern bei MyHammer bietest du unterdrunter. Also der Auftraggeber sagt ich möchte ne 4 Raum Wohnung für 500 Euro gemacht haben. So und du, da du den Auftrag haben willst, weißt die anderen bieten dann immer drunter und du dann auch. Da hat wer ne Vorstellung von 500 Euro und dann kann ich mich eben fragen wie kann ich das streichen? Ich brauch so und so viel Material, so und so viel Tage und sagen wir mal so Tagessatz ähh 70 Euro am Tag müssten rumkommen. Ob du dann nun 10 Stunden gearbeitet hast oder bloß 8 oder 7, 70 am Tag müssten rumkommen. Du rechnest dein Material ab, deinen Anfahrtsweg, die 2 Tage die du brauchst und dann sagst ok, wenn der 500 Euro bietet und du schaffst das vielleicht in 2 Tagen, ok. Hast dann 140 Euro die du verdienst, die du verdienen willst. Dann hast du 140 Euro Materialausgaben, das sind 280 Euro plus Anfahrtsweg dann kannst du sagen ok, statt 500 Euro bietest du 320. 320 kommst du noch hin mit dem Preis, ok, das ist aber dann das Maximum. Kannst du natürlich auch reinfallen, kommst du hin und es ist alles noch bunt und du musst zweimal streichen.“ (Herr Helmudsen)

Das Bewertungssystem bei www.MyHammer.de

- Struktur- und Anerkennungsprinzip
- Für Soloselbstständige Werbung und Information für potenzielle Neukunden
- Wichtigkeit positiver Bewertungen, Auftreten wird instrumentell danach ausgerichtet
- Haben disziplinierende Funktion: stummer Zwang radikaler Markt- und Kundenabhängigkeit reicht weit über vertragliches Abkommen hinaus in den Alltag hinein
- Angst vor negativer Bewertung: führt zu unentgeltlichem Entgegenkommen, Arbeit auf Materialkostenpreis, ständiger Erreichbarkeit
- Schwerwiegende Konsequenzen für Autonomie und Verhalten gegenüber Kunden und der eigenen Person: Entindividualisierung und starke Eigenverantwortung

Das Bewertungssystem bei www.MyHammer.de II

„Sobald du schlechte Bewertungen hast, hast du schlechte Karten. Die Leute gucken wirklich drauf. Die gucken sich die letzten Bewertungen an, wie die Leute beschrieben sind, ob sie sauber gearbeitet haben, die Qualität stimmt, ob sie zuverlässig und ob sie preiswert waren. Das steht alles drin. Aber du steckst da nicht drin, du weißt nicht, warum die Leute dich plötzlich schlecht bewerten, warum sie so einen Quatsch schreiben. Es ist doch kein Problem, mich anzurufen und zu sagen, was eventuell schief gelaufen ist. Aber einfach so Kritik rauszuhauen, das ist vielleicht kein Rufmord, aber es ist 'ne Wertung, die andere Leute lesen! Ich sag den Kunden immer, wenn etwas sein sollte, wenn sie nach der Abnahme nicht ganz zufrieden sind und wenn noch etwas zu tun ist: lieber anrufen als direkt öffentlich abzuwerten. Wenn irgendwas dreckig sein sollte oder wenn die Farbe nicht gedeckt hat, dann komm ich da gerne nochmal hingefahren, ist doch kein Thema, dann arbeite ich nochmal nach. Aber so ne negative Bewertung, die kann dir das Genick brechen“. (Herr Esau)

Das Bewertungssystem bei www.MyHammer.de III

„Sozial- kommunikative Netzwerke mit Marktakteuren (Kunden, Auftraggeber) sowie freien Kooperationspartnern haben offenbar die zentrale Funktion, in der von Unsicherheit und Konkurrenz geprägten 'Geschäftswelt' eine Substruktur zu begründen, die auf Vertrauen, Verlässlichkeit und Kollegialität basiert. Dabei scheinen ökonomisch- utilitaristische Nutzenaspekte, Funktionen der sozialen Unterstützung und der Selbsthilfe nahtlos ineinander zu fließen. Daneben tragen solche szenespezifischen sozialen Netze die wichtige Funktion der Herstellung von Reputation, die für Freelancer als funktionales Äquivalent an die Stelle von gesellschaftlich garantiertem sozialen Status tritt. Das heißt die Chancenstruktur des sozial- kommunikativen Feldes im Erwerbsleben, die Erfahrungen von Selbstwirksamkeit, Selbstbewertung und Selbsteinbindung ermöglicht (Siegrist, 1996: 116), muss in hohem Maße durch Eigenaktivität der neuen Selbstständigen ausgestaltet und am Leben gehalten werden.“

(Gude/ Pröll 2003: 86- 87)

Marktabhängigkeit und Kundenorientierung

- Sicherheit der Lebensplanung wird zu einer abhängigen Variable des Markterfolges und des individuellen Umgangs mit Marktkontingenzen
- Eigenverantwortliches Agieren am Markt und zweckrationale, „unternehmerische“ Lebensführung bestimmen Erwerbsleben und Alltag der Dienstleister: „fremdorganisierte Selbstorganisation“
- Prekäre Dienstleistungsarbeit im Internet als Beispiel für zunehmende „Vermarktlichung“ und „Verschiebung der Marktgrenzen“ in Arbeitsorganisation und Privatleben

Marktabhängigkeit und Kundenorientierung II

„Und jetzt kommen im Prinzip wir und streichen eine Wohnung für 400 Euro. Normalerweise müssten wir zum Teufel gejagt werden, wir machen doch völlig die Preise kaputt, so ist es doch, sind wir doch mal ehrlich. Aber wir wollen es doch alle so. Sie könnten ja auch in eine Autowerkstatt von Mercedes, Peugeot oder Ford gehen und ihr Auto reparieren lassen. Aber sie gehen in eine freie Werkstatt, das ist billiger. So ist das heutzutage im Handwerk. Der Kunde will immer den günstigsten Preis und den bekommt er auf jeden Fall im Internet. Im Internet brauchst du nicht zu diskutieren, da machst du einfach 'nen Preis und wartest, ob es klappt oder nicht. Fast immer klappt es.“ (Herr Rost)

Marktabhängigkeit und Kundenorientierung III

- Instrumentelle Kundenorientierung: eigene Autonomieansprüche und Ideale der Selbstverwirklichung werden in ihr Gegenteil verkehrt, Kundenzufriedenheit als Qualitätskriterium
- Vor dem Hintergrund des ergebnisorientierten Werkvertrags: Zielvereinbarungen werden zu ständig neu auszuhandelnden Marktkontrakten
- Ökonomischer Druck bedingt, dass alle Aufträge angenommen werden, keine selbstbestimmten Gestaltungsmöglichkeiten für die Dienstleister, extreme Ungleichheit
- Form der „subjektiven Dienstleistungsarbeit“: individuelle Arbeit am Selbst (z.B. adäquates Umgehen mit Kunden), um an Aufträge zu gelangen

Marktabhängigkeit und Kundenorientierung IV

- Handwerkliche Dienstleistungen im Internet: Der Kunde wird zum neuen „Chef“
- Kundenorientierung zur Organisation der Begrenzung des Marktrisikos
- Minimierung der Unsicherheit ist das Ziel, Kundenabhängigkeit ist die Folge
- „Alle sitzen im gleichen Boot, aber nicht auf dem gleichen Deck“.

Schlussfolgerungen/ Fazit

- Handwerkliche Dienstleistungsarbeit bei www.MyHammer.de: Beispiel für die Entwicklung eines neuen *Internet- Dienstleister- Tagelöhnertums*
- Soloselbstständigkeit als Ausweg aus Arbeitslosigkeit (Ich- AG)
- Person wird zum Träger eines „individuellen Verwendbarkeits- und Verwertungsprofils“
- Extrem niedrige Löhne und Lohndumping
- Sehr hohe Unsicherheit der Lebensplanung
- Negativer „Klebeeffekt“: dauerhaftes Einrichten in absolut prekären, instabilen Arbeits- und Lebensverhältnissen unter radikaler Marktabhängigkeit

Schlussfolgerungen/ Fazit II

- *Traditionalisierung in der Erneuerung*
- Fortschreitende Tertiarisierung, Technologien/ Medien wie z.B. das Internet sind Grundlage der Vermittlung von Dienstleistungsarbeit
- Die Arbeit selbst und die Personen als „Arbeitskraftbehälter“ sind grober (alter) Form der Re-Kommodifizierung ausgesetzt
- Handwerkliche Dienstleistungsarbeit im Internet kann als aktuelles Beispiel gesehen werden, wie „die Haut zu Markte getragen“ wird, Vorzeichen kapitalistischer Vergesellschaftung wandeln sich, Verwertungslogik bleibt dieselbe

Schlussfolgerungen/ Fazit III

- *Aufkommen neuer (alter) Entfremdungsformen auf drei Ebenen:*
 - Zeitlich: extreme Entgrenzung von Arbeit und Freizeit, ständige Erreichbarkeit, Termindruck, Kundenabhängigkeit
 - Inhaltlich: ergebnisorientierte Arbeit ohne Gestaltungsspielraum nach Kundenwünschen, überfordernde Anforderungen unter permanenter Eigenverantwortlichkeit und hohen finanziellen Zwängen
 - Sozial: selbstverleugnendes, instrumentelles Verhältnis zu Kunden, Arbeitskraft und eigene Person werden als Produkt begriffen, das verkauft werden muss und wie ein Ding bewertet wird
- *Negative Kehrseite der Medaille kapitalistischer Vergesellschaftung qua Erwerbsarbeit*

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

lorigph@uni-trier.de