

FTC auf die USA beschränkt ist – haben die neuen Regelungen kein Wort darüber zu verlieren, was die Inhalte der Videos selbst betrifft. So bedeutet dies nach wie vor, dass in Kindervideos lukrative Schleichwerbung durch Produktplatzierung stattfindet, und für Kinder wie Ryan und deren Schutz vor ihrer potenziellen Ausbeutung durch Eltern und Manager tut dies ebenfalls wenig.

8.4 YouTubes Rohstofflieferkette im Überblick

Die zuvor dargestellten Archetypen knüpfen bei Abbildung 10, dem den Akkumulationsprozess YouTubes darstellenden Schaubild (siehe S. 176), an der oberen linken Seite an. Sie bilden eine diversifizierte Lieferkette für digitales Rohmaterial, das im Produktionsprozess verarbeitet wird. Auf der einen Seite modelliert sie damit die Lieferketten, die auch vollkommen analoge Unternehmen mit Rohstoffen versorgen. Die Materialien, die letztendlich in den letzten Produktionsschritten bspw. bei Volkswagen am Fließband zu einem vollfertigen Automobil zusammengefügt werden, werden nicht in derselben Fabrik hergestellt wie das Automobil selbst, sondern in ausgelagerten Produktionsschritten von Zulieferfirmen produziert. Um zum Ursprung beispielsweise einer Felge zu gelangen, muss man einer langen Lieferkette folgen, die bis zum Abbau von Erz in einem Bergwerk reicht, vorbei an dutzenden Unternehmen, die ihre eigenen Akkumulationszyklen besitzen, die der marx'schen Formel $G-W-G'$ folgen. In dieser Hinsicht gleichen sich YouTube und Volkswagen: Beide sind Fabriken, in deren analogen oder digitalen Hallen Waren hergestellt werden, von ausgebeuteter Arbeitskraft und aus extern eingekauften Rohstoffen.

Auf der anderen Seite aber tut sich im Digitalen ein bedeutender Unterschied auf in der Diversität der an den eigentlichen Produktionsprozess angeschlossenen Lieferkette. An die Lieferkette moderner Großkapitalien wie Volkswagen sind andere Großkapitalien angeschlossen, die den schnellen Takt moderner Lieferketten halten können. Erz für die Metallteile, die in einem Automobil verbaut werden, kommt aus großangelegten Bergwerksprojekten rund um den Globus. Stahl ist der wohl wichtigste Baustoff für moderne Automobile, von dem weltweit im Jahr 2021 ca. 1,951 Millionen Tonnen produziert wurden.⁵⁹ Das zur Stahlproduktion benötigte Eisen ist nur unter

59 World Steel Association: World Steel in Figures 2022, verfügbar unter: <https://worldsteel.org/steel-topics/statistics/world-steel-in-figures-2022/#steel-production-and-use-geographical-distribution-2011> [03.07.2023].

hohem finanziellen und logistischem Aufwand zu fördern, denn Eisen selbst lässt sich nur für vergleichsweise niedrige Preise verkaufen, die Suche nach und spätere Ausbeutung von Eisenvorkommen hingegen ist extrem kapitalintensiv und finanziell überaus riskant.⁶⁰ Das in Automobilen verbaute Eisenerz stammt daher exklusiv aus großangelegten Bergwerksprojekten und nicht aus den wenigen Gramm Eisenerz, die Hobbyprospektoren in kleinem Maßstab mit der Spitzhacke abbauen. YouTube funktioniert hier anders. Der bereits in Kapitel 3.1.1 beschriebene Long-Tail-Effekt beschreibt eigentlich aus Konsument*innenperspektive die Bandbreite des Medienangebots auf der Plattform, lässt sich aber auch aus der Perspektive von Produktion als ein Long-Tail-Effekt der Rohstoffproduktion betrachten. Der in YouTubes digitalen Fabrikhallen verarbeitete Rohstoff stammt aus einem Long-Tail von verschiedensten Zulieferer*innen mit verschiedensten Unternehmensgrößen und -formen. Einzelne Hobbycreator*innen mit Publikum im niedrigen zweistelligen Bereich liefern ebenso Rohstoff für diesen Prozess wie Creator*innen mit Millionenpublikum, die selbst digitale Großkapalist*innen sind. Der Contentrohstoff kann das Kulturprodukt selbstständiger Profis sein oder Mittel zum Zweck für das Bewerben analoger Produkte, die die Creator*innen vertreiben, das Werk von Einzelpersonen, ganzen Teams oder der systematischen Ausbeutung von Kinderarbeit sein. Gleich welche Form der Contentrohstoff hat, welche Größe das Team hat, das hinter seiner Herstellung steht, oder wie groß das Publikum ist, dass er erreicht – er fördert YouTubes Produktion von Daten- und Aufmerksamkeitsware gleichermaßen.

YouTube – und Plattformen wie YouTube – haben es geschafft eine digitale Lieferkette aufzubauen, die jede nur erdenkliche Form der Produktion auffangen kann. Natürlich hat YouTube Präferenzen für Content, der die Watchtime möglichst vieler Zuschauer*innen maximiert, und schließt Content aus, der nicht für Werbetreibende geeignet ist wie pornografisches Material oder exzessive Gewaltdarstellungen, aber da es YouTube quasi nichts kostet, Content zu hosten, der von schlechter Qualität ist oder wenig Publikum anzieht und bindet, kann die Plattform jeden einzelnen Klick, den ein Video erhält, umsetzen in Datenproduktion durch jede*n einzelne*n Zuschauer*in. Jeder noch so kleine digitale Klumpen Eisenerz, gefördert von einem einsamen Hobbyisten mit Sichertrog, kann in YouTubes Fabrikhallen zu Daten verarbeitet werden von Arbeitskraft, die YouTube nicht bezahlen muss. Die Kapitalakkumulation

60 Vgl. Seeger, Michael: Mining Capital. Methods, Best-Practices and Case Studies for Financing Mining Projects, Cham (Schweiz) 2019.

dieser Unternehmen hat damit Modellcharakter für den Kapitalismus als solchen.