

Sicherung publizistischer Vielfalt in der Plattformökonomie

Möglichkeiten und Grenzen des Arbeitsrechts als ergänzender Regulierungsansatz

Lars Rinsdorf / Hauke Rinsdorf*

Der Beitrag diskutiert am Beispiel Deutschlands vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung und der Richtlinie (EU) 2024/2831 zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit, welche arbeitsrechtlichen Instrumente mit Blick auf den Status von journalistischen Kreatoren*innen auf Online-Plattformen neben den bereits etablierten europäischen Instrumenten der Plattformregulierung einen Beitrag zur Vielfaltssicherung leisten könnten. Er nimmt dabei typische Machtasymmetrien auf Plattformen in den Blick, geht der Frage nach, ob arbeitsrechtliche Instrumente zur Verfügung stehen und so gestaltet werden können, dass sie der Segregation innerhalb der Kreatoren*innen entgegenwirken und deren publizistische Interessen hinreichend gegen Eingriffe der Plattformbetreiber schützen. Es zeigt sich, dass journalistische Kreatoren*innen trotz der Weiterentwicklung des Arbeitnehmerbegriffs durch die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts vielfach nicht als Arbeitnehmer erfasst werden können und damit der Zugang zum Arbeitsrecht als Schutzsystem von vornherein nicht eröffnet ist. Dort, wo sich journalistische Kreatoren*innen wenigstens als Plattformarbeitende nach der Richtlinie (EU) 2024/2831 erfassen lassen, können sie immerhin in dieser allgemeinen Eigenschaft nach Umsetzung der Richtlinie von Rechten profitieren, die auf der Basis der Vorgaben der Richtlinie geschaffen werden. Selbst dann sind sie in ihrer spezifischen journalistischen Rolle aktuell allerdings kaum wirksam geschützt. Auf Basis der Analyse erscheint es rechtspolitisch am ehesten zielführend zu sein, auf Erweiterungen in Richtung Vielfaltssicherung bei den Regelungen zum algorithmischen Management hinzuwirken.

Schlüsselwörter: Journalistische Kreatoren*innen, Vielfaltssicherung, Plattformarbeit, Arbeitsrecht, Plattformöffentlichkeit

Ensuring Journalistic Diversity in the Platform Economy

Possibilities and Limitations of Labor Law as a Complementary Regulatory Approach

Using Germany as a case study, this article discusses which labor law instruments could help ensure and maintain media diversity with regard to journalistic creators on online platforms, within the context of a platformized public sphere. This discussion is grounded in current case law and Directive (EU) 2024/2831 on improving working conditions in platform work. The article explores the complementary regulatory potential of labor law alongside the established European framework of platform regulation. It examines typical power asymmetries on platforms and investigates whether labor law instruments can be designed to counteract segregation among creators and protect their journalistic interests against platform operators. Our analysis shows that journalistic creators may benefit from legal developments in their general capacity as platform workers. However, they are currently afforded little effective protection in their specific journalistic role. Based on this analysis, legal policy should aim to extend protections toward ensuring diversity within the regulations governing algorithmic management.

Key words: Journalistic creators, media diversity, platform work, labor law, platformized public spheres

* Prof. Dr. Lars Rinsdorf, TH Köln, Institut für Informationswissenschaft, Claudiustr. 1, 50678 Köln, Deutschland, lars.rinsdorf@th-koeln.de, <https://orcid.org/0000-0002-1037-1126>; Dr. Hauke Rinsdorf, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Rechtsanwälte Behrens & Partner mbB, Jungfernstrasse 41, 20354 Hamburg, Deutschland, rinsdorf@behrens-arbeitsrecht.de.

1. Einleitung

Aktuelle arbeitsrechtliche Regelungen zu Medienhäusern als Tendenzbetrieben, also Unternehmen, die aufgrund der verfassungsrechtlich besonders geschützten Zielsetzung der Organisation größere Freiräume in der Gestaltung von Arbeitsverhältnissen haben, stellen wesentlich ab auf nationale Medienunternehmen, die durch den Gesetzgeber klar adressierbar sind. Faktisch prägt diese spezifische Konstellation nach wie vor weite Teile journalistischer Arbeit in Deutschland. Gleichzeitig wird aber erkennbar, dass digitale Plattformen die Geschäftsmodelle von Medienunternehmen stark beeinflussen (Simon 2024: 160), und sich etwa auf YouTube, Instagram oder TikTok neue Formen des Journalismus entwickeln, die nicht mehr oder nur partiell in Medienunternehmen eingebunden sind. (Franke et al. 2022)

Das Entstehen und Erstarken digitaler Plattformen weicht somit die Grenzen des journalistischen Feldes auf. (Hanusch & Löhmann 2023) Der redaktionelle, in eine Medienorganisation eingebundene Journalismus steht zwar nach wie vor im Zentrum dieses Feldes, aber an dessen Peripherie werden neue Praktiken und Akteure sichtbar, die zumindest potenziell in denjenigen Marktsegmenten wertvolle Beiträge zu einem vielfältigen Mediensystem leisten können, aus denen sich etablierte Medienhäuser aus ökonomischen Gründen zurückziehen, etwa im Lokalen. (Wahl-Jorgensen 2022: 114; Hermida 2020: 470; Singer 2019: 492)

Damit wird eine Verschiebung sichtbar, die sich auch in anderen Branchen beobachten lässt: An die Stelle von festen Arbeitsverhältnissen treten zunehmend plattformbasierte Wertschöpfungsnetzwerke, in denen einzelne Akteure signifikante Wertschöpfungsbeiträge leisten, aber deutlich loser an die Plattformanbieter gekoppelt sind. (Acs et al. 2021: 1636) Der vorliegende Beitrag stellt die Frage, wie das Arbeitsrecht mit dem Bedeutungsgewinn der Plattformarbeit Schritt hält, und zwar gerade auch spezifisch im Hinblick auf journalistische Kreatoren*innen (Franke et al. 2022): Beobachten wir einen korrelierenden Bedeutungsverlust des Arbeitsrechts als Regulierungsinstrument für journalistische Arbeit, oder finden sich spezifisch arbeitsrechtliche Antworten auf die veränderten Bedingungen journalistischer Arbeit auf Plattformen? Und ist das Arbeitsrecht insbesondere weiter in der Lage, Instrumente anzubieten, die einen Beitrag zur Vielfaltssicherung leisten können? Dieser Beitrag nimmt einen ersten Anlauf, um diese Fragen zu beleuchten, und diskutiert sie am Beispiel Deutschlands vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung und der legislativen Aktivitäten der Europäischen Union zur Plattformarbeit. Dabei verbindet er rechts- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven.

Diese Fragestellung ist relevant, weil etablierte arbeitsrechtliche Instrumente zur Sicherung von Vielfalt im publizistischen Bereich auf traditionelle redaktionelle Arbeit in Medienunternehmen ausgerichtet sind und im Kontext neuer Wertschöpfungsnetze nicht mehr greifen, weil die Ausgangsbedingungen zu unterschiedlich sind. Das gilt zunächst mit Blick auf die hohe kollektivrechtliche Regelungsdichte in Medienhäusern mit hohem gewerkschaftlichen Organisationsgrad, aber auch für die spezifische Regelung von Arbeitsverhältnissen in Medienhäusern als Tendenzbetrieben, etwa mit Blick auf erleichterte Befristungs- und Kündigungsmöglichkeiten, in denen als Garant der Vielfaltssicherung das Medienhaus, nicht aber einzelne Journalist*innen angesprochen sind. (Vgl. dazu ausführlich Bundesarbeitsgericht 2018; Bundesarbeitsgericht 1997; Löwisch & Rieble 2017: Rn. 33; Forst 2022: Rn. II6ff.)

Ähnlich einzuschätzen ist auch die Diskussion zu Redaktionsstatuten als freiwillige Vereinbarung zwischen Medienhäusern und angestellten Journalist*innen zur Stärkung der inneren Pressefreiheit. (Vgl. dazu etwa Bundesarbeitsgericht 2001; Holtz-Bacha 1998, Krüger et al. 2022, Stock 2001) Breitenwirkung hat diese Idee trotz vereinzelter Erfolge nie entwickelt, nicht zuletzt wohl auch deshalb, weil sich selbst dort, wo der Gesetzgeber die

Aushandlung von Statuten explizit vorgeschrieben hat, die Wirkmächtigkeit des Konzeptes in engen Grenzen gehalten hat. (Krüger et al. 2022) Das konnte Holtz-Bacha (1998) etwa in ihrer Untersuchung zu Redaktionsstatuten in privaten Lokalradios in NRW empirisch zeigen.

Ein Aspekt der Diskussion um Redaktionsstatute bleibt für die Fragestellung des vorliegenden Aufsatzes gleichwohl interessant. Denn erstmalig wurde die Notwendigkeit der Sicherung der inneren Rundfunkfreiheit nicht aus einer subjektiven Perspektive im Sinne einer individuellen Beteiligung von Journalist*innen an der Rundfunkfreiheit begründet, sondern an einer gesellschaftlichen Zielgröße ausgerichtet, nämlich der Sicherung von Vielfalt. (Stock 2001) Diese Sichtweise wird hier mit Blick auf arbeitsrechtliche Instrumente zur Regulierung von Online-Plattformen übernommen.

Dabei nähert sich der Aufsatz dem Begriff der Vielfalt aus der demokratietheoretischen Perspektive einer pluralistischen Demokratie und dem damit verbundenen normativen Grundsatz, „dass liberale Demokratien allen Mitgliedern einer Gesellschaft, unabhängig von ihren sozialen Zugehörigkeiten, dieselben politischen und gesellschaftlichen Teilhaberechte und Lebenschancen ermöglichen müssen.“ (Wintermantel 2020: 258) Bezogen auf die inhaltliche Dimension publizistische Vielfalt weist dieser Anspruch über die mediale Präsenz politischer Eliten hinaus. (Udris et al. 2023: 63)

Im spezifischen Kontext der hier behandelten Fragestellung geht es darum, ob Online-Plattformen als Teil der strukturellen Dimension von Vielfalt so ausgestaltet sind bzw. mit arbeitsrechtlichen Instrumenten so ausgestaltet werden können, dass durch die Arbeit journalistischer Kreatoren*innen auf diesen Plattformen dieser Anspruch eingelöst werden kann. Entlang des Modells von Hendrickx et al. (2022) zur Analyse publizistischer Vielfalt beschäftigt sich der Text im Weiteren mit den Möglichkeiten der Betreiber, Plattformen als Kommunikationsinfrastrukturen auszustalten (ownership), und den Möglichkeiten journalistischer Kreatoren*innen, diese Infrastrukturen nachhaltig für sich zu nutzen (production).

Dass dabei Online-Plattformen als Kommunikationsinfrastruktur an Bedeutung gewinnen, lässt sich nicht zuletzt an der langfristigen Entwicklung ihrer Nutzerzahlen zeigen: Laut der aktuellen Ausgabe des Reuters Digital News Reports für Deutschland ist der Anteil der Menschen, die Social-Media-Plattformen als Informationsquelle für Nachrichten nutzen von 2013 bis 2024 von 18 auf 34 Prozent gestiegen, während im gleichen Zeitraum der Anteil von Printmedien von 63 auf 20 Prozent gesunken ist. Beachtlich sind auch die im Report ausgewiesenen Wachstumsraten einzelner Plattformen in ihrer Bedeutung als Informationsquelle im Vergleich zum Vorjahr: Facebook wuchs um zwei Prozentpunkte auf 16 Prozent, Instagram um drei Prozentpunkte auf 11 Prozent und TikTok um zwei Prozentpunkte auf fünf Prozent. (Newman et al. 2024)

Arbeitsrechtliche Instrumente zur Sicherung und Steigerung von publizistischer Vielfalt stehen dabei im Kontext anderer regulatorischer Maßnahmen, insbesondere des *Digital Services Act* (DSA) der europäischen Union (Verordnung (EU) 2022/2065), der vor allem sehr große Online-Plattformen einer relativ hohen Dichte an Regeln unterwirft, um die Qualität öffentlicher demokratischer Diskurse auf diesen Plattformen zu sichern, mit den drei grundlegenden Zielen der Transparenz ihrer Prozesse, der klaren Strukturen und Ansprechpartner*innen und Maßnahmen zur Bekämpfung illegaler Inhalte. (Vgl. Turrilazi et al. 2023: 87) Relevant im Kontext dieses Aufsatzes sind insbesondere Transparenzpflichten hinsichtlich Empfehlungssystemen, die aus Nutzer*innensicht dazu führen können, dass Inhalte bestimmter journalistischer Kreatoren*innen mit deutlich geringerer Wahrscheinlichkeit angeboten werden als andere, oder trusted flaggers, die Inhalte bestimmter journalistischer Kreatoren*innen ggf. als inadäquat, etwa im Hinblick auf die Verbreitung von Desinformation,

kennzeichnen könnten. Gleichwohl wird die Effizienz und Effektivität des DSA hier nicht im Detail diskutiert, denn der DSA trifft an keiner Stelle Regelungen, die an den Status als Arbeitnehmer oder die Leistung von Plattformarbeit anknüpfen. Vielmehr geht es im Folgenden immer nur um den ergänzenden Effekt arbeitsrechtlicher Ansätze zum besonderen Schutz von journalistischen Kreatoren*innen, die zu einem vielfältigen politischen Diskurs auf Plattformen beitragen. Um den Schutz von Journalist*innen und Medienhäusern in ihrer hervorgehobenen Rolle bei der Entstehung politischer Öffentlichkeiten geht es auch im *European Media Freedom Act* (EMFA). Dessen Regelungen stellen aber im Wesentlichen auf den Schutz von Medienorganisationen und die dort beschäftigten Journalist*innen ab (vgl. Dörr & Weber 2023) und sind daher für die hier verhandelte Fragestellung weniger relevant.

2. Plattformarbeit im Journalismus

2.1 Schlüsselmerkmale digitaler Plattformen

Digitale Plattformen werden hier als spezifische Konstellation einer digitalen Infrastruktur verstanden, die Plattformanbieter nutzen, um Akteure aus unterschiedlichen Märkten zu verbinden. Beeinflusst von den technischen Möglichkeiten und der Plattform-Governance entwickeln sich dort Ökosysteme, die in der Regel global ausgerichtet sind; der Mehrwert für die Nutzer*innen ergibt sich wesentlich aus Netzwerkeffekten. (Acs et al. 2021: 1635) Im vorliegenden Beitrag wird insbesondere das Verhältnis zwischen den Plattformanbietern und journalistischen Kreatoren*innen, die die Plattformen dazu nutzen, journalistische Inhalte zu verbreiten, diskutiert.

Für diese Fragestellung ist eine aktivitätsorientierte Sichtweise auf Plattformen erhellend: Sie nimmt in den Blick, welche Akteure Inhalte, Strukturen und Regeln auf der Plattform bereitstellen. (Zhao et al. 2020: 5) So lässt sich die spezifische Rolle journalistischer Akteure und ihre Beziehung zu den Plattformanbietern präzise nachzeichnen. Plattformanbieter agieren als Intermediäre, die Infrastrukturen und Regeln aufstellen und damit Transaktionen zwischen Nutzer*innen ermöglichen, vor allem dadurch, dass sie Informationskosten reduzieren. (Zhao et al. 2020: 5; Acs et al. 2021: 1636) Dagegen sind es die Nutzer*innen, die Werte schaffen, indem sie als digitale Entrepreneur*innen Nutzerbedürfnisse erkennen und bedienen und damit die Effizienz der Plattform steigern. (Acs et al. 2021: 1637)

Plattformen zeichnen sich auf verschiedenen Ebenen durch eine gewisse Ambiguität aus. So besteht deren digitale Infrastruktur aus multiplen Schichten ohne klare Grenzen und ohne Einfluss eines zentralen Akteurs. (Acs 2021: 1638) Auch Nutzerrollen sind gerade auf content-getriebenen Plattformen nicht eindeutig definiert. (Loosen & Schmidt 2012: 869) Die Monetarisierung professioneller Akteure ist oft asymmetrisch und intransparent. (Zhao et al. 2020: 4) Selbst Aufgaben der Plattform-Governance werden zwischen Plattformanbietern und Nutzer*innen aufgeteilt. (Vallas & Schor 2020: 282)

Von dieser Ambiguität profitieren vor allem die Plattformanbieter. Sie sind als Intermediäre eben keine reinen Sourcing-Partner, sondern aggregieren die Leistungen der Nutzer*innen zu einem eigenen Produkt. (Al-Ani & Stumpf 2015: 11) Vor allem aber haben sie wesentlichen Einfluss auf die Affordanzen, die sich für die Nutzer*innen auf der Plattform ergeben. (Meisner & Ledbetter 2022: 1183) Diese können strategisch intransparent gehalten werden und so das Ökosystem im Sinne der Plattformanbieter gestalten. (Arriagada & Ibanez 2020: 1) Die daraus resultierende Machtasymmetrie zwischen Plattform und den Mitgliedern ihres Ökosystems ist die zentrale Charakteristik von Plattformen und der Schlüsselpunkt zum Verständnis ihrer Ökonomie. (Cutolo & Kenny 2019: 2)

Im Falle des Journalismus zeigt sich diese Asymmetrie schon an der zunehmenden Abhängigkeit etablierter Medienunternehmen von Werkzeugen, Erlösströmen und

Governance-Standards globaler Plattformen. (Papaevangelou 2024: 237) Diese speist sich wesentlich aus zwei Quellen: Erstens greifen Medienunternehmen auf digitale Werkzeuge zurück, deren Ausgestaltung sie zudem kaum beeinflussen können. Zweitens sind sie über Lock-in-Effekte an Plattformen gebunden, die ihre Geschäftsbedingungen jederzeit willkürlich anpassen können. (Simon 2024: 160) An Brisanz gewinnt dieser Befund dadurch, dass content-getriebene Plattformen sich zu in Teilen unverzichtbaren Infrastrukturen gesellschaftlicher Öffentlichkeiten entwickeln (Zhang 2020: 219) und dass bei neuen journalistischen Akteuren jenseits etablierter Medienunternehmen Machtasymmetrien noch einmal stärker ausgeprägt sind.

2.2 Relevante Veränderungen im journalistischen Feld

Diese Machtasymmetrien prägen sich vor der Folie signifikanter Veränderungen im journalistischen Feld aus: Journalismus hat in plattformisierten Öffentlichkeiten nicht nur einen Teil seiner epistemischen Autorität eingebüßt; in Folge von sinkendem Publikumsinteresse, finanziellem Druck und neuen Technologien sind auch die Grenzen des Feldes verwischt, zumal Innovationen im Feld oft durch periphere Akteure ausgelöst sind. (Hanusch & Löhmann 2023: 1292) Diese Dynamiken sind vielfältig empirisch untersucht worden (z. B. Wagemans et al. 2019). Aus einer arbeitsrechtlichen Perspektive sollen hier drei Aspekte hervorgehoben werden:

Erstens wird mit Blick auf die Adressaten von Arbeitsrecht bedeutsamer, dass Journalist*innen in den Prozess der Erstellung von Nachrichten eingebunden sind, ohne gleichzeitig fest in einer Redaktion angestellt zu sein. Damit verliert die Mitgliedschaft in einer Journalistengewerkschaft als „proxy for a professional society“ (Nerone 2022: 41) an Bedeutung.

Zweitens ist hinsichtlich des Regulierungsbedarfs zu bemerken, dass journalistische Arbeitskontakte prekärer werden: Und zwar nicht nur aus einer ökonomischen Perspektive, ausgelöst durch labile Geschäftsmodelle, Kostendruck und gestiegenen Wettbewerb um Aufmerksamkeit, sondern in einem weiteren Sinne einer gesteigerten Ambiguität des professionellen Selbstverständnisses im Spannungsfeld von Autonomiegewinnen und (neuen) Einschränkungen. (Chadha & Steiner 2022: 27)

Drittens ist aus theoretischer Sicht relevant, dass Diskussionen über arbeitsrechtliche Regelungen zum Schutz von Journalist*innen und Sicherung von Vielfalt auf Plattformen selbst als Teil der *boundary work* anzusehen sind, und damit als Teil eines sozialen Prozesses, in dem sich die Akteur*innen im journalistischen Feld als kollektiver sozialer Akteur von ihrer Umwelt abgrenzen. (Hanusch & Löhmann 2023: 1293) Diese *boundary work* umfasst, welche Akteur*innen als Teil des professionellen journalistischen Feldes akzeptiert werden, welche Arbeitsweisen und Praktiken als journalistisch angesehen werden und welche professionellen Normen für das journalistische Feld relevant sind, oder was auf allen diesen drei Ebenen als Bedrohung eines professionellen Feldes angesehen wird. (Carlson & Lewis 2020) Arbeitsrechtliche Regelungen spielen hier zunächst eine wichtige Rolle im Sinne der gesellschaftlich-institutionellen Anerkennung von journalistischen Kreatoren als Teil des professionellen Feldes, auch wenn sie derzeit eher an dessen Peripherie angesiedelt sind. Dies bedeutet aber vor allem, trotz starker Hinweise auf Machtasymmetrien die Rahmenbedingungen journalistischer Praktiken auf Plattformen prinzipiell als ausgehandelt und gestaltbar anzusehen. (Caplan & Gillespie 2020: 4)

2.3 Charakteristika von Plattformarbeit

Trotz dieser prinzipiellen Gestaltbarkeit haben sich Überlegungen zum Arbeitsrecht als Instrument der Vielfaltssicherung an den institutionellen Arrangements auszurichten, die sich empirisch nachzeichnen lassen. Die Güte der juristischen Antwort korrespondiert an dieser Stelle mit der Güte der Aufbereitung des an das Recht als Regelungssystem herangetragenen Sachverhaltes. Branchenunabhängig ist es dabei zunächst die algorithmische Steuerung, die Plattformen von gleichberechtigten Peer-to-Peer-Konstellationen unterscheidet. (Al-Ani & Stumpp 2015: 10) Bedingt durch Netzwerkeffekte, die User*innen an die Plattformen binden, haben die Anbieter die Hoheit über die Spielregeln. Und auch wenn, wie Caplan & Gillespie (2020: 4) am Beispiel von *YouTube* ausführen, diese Arrangements auf der Idee medialer Partizipation aufgebaut sind, handelt es sich de facto um Strukturen unabhängiger Auftragsarbeit unter den Rahmenbedingungen eines Wettbewerbs um Aufmerksamkeit und Ressourcen. Arbeit nicht als solche zu benennen, ist in diesem Zusammenhang Teil einer Strategie, der Skepsis gegenüber der Verteilung von Wertschöpfung entgegenzuwirken, ohne den partizipatorischen Anschein aufzugeben. Cutolo & Kenny (2019: 2) bezeichnen diese Rolle denn auch als „platform dependent entrepreneur“ (PDE).

Vallas & Schor (2020: 282) weisen dabei auf ein Charakteristikum hin, das dieses Arrangement qualitativ von anderen Wertschöpfungs-Konzepten substanzial unterscheidet: der Kombination aus einer an alle User*innen verteilten Steuerung der Prozesse und der gleichwohl unangefochtenen Stellung des Anbieters: „In contrast to hierarchies (which centralize power), markets (which disperse it), or networks (which parcel it out to trusted collaborators), platforms exercise power over economic transactions by delegating control among the participants.“ Als Kernbestandteile der „permissive power“ (Vallas & Schor 2020: 282f.) ergeben sich dabei für Plattformanbieter:

- die Adaption von Geschäftsmodellen (Gewinnabschöpfung als Intermediär);
- die Transformation von Beschäftigungsbeziehungen (Selbststeuerung statt Hierarchien);
- die Überwachungsmöglichkeiten (verteilte Mechanismen zur Leistungssteuerung);
- und schließlich die räumliche Organisation von Arbeit (dezentral statt konzentriert).

Daraus resultieren branchenunabhängig eine Reihe zentraler Regulierungsprobleme: Zuvörderst die Klassifikation von *gig workers* als selbstständige Dienstleister*innen, aber auch der Lobbydruck der Plattformen auf Politik sowie Schwierigkeiten in der Organisation und Mobilisierung der Arbeitenden. (Vallas und Schor 2020: 285) Gerade Gewerkschaften sind hier als Interessenvertretung weniger stark gefragt. Neben sie oder gar an deren Stelle treten niederschwellige Formen plattformbasierter Selbstorganisation (Al-Anie & Stumpp 2015: 27) in Kombination mit individuellen Strategien von PDEs, um Machtasymmetrien entgegenzuwirken: etwa durch Multihoming oder die Diversifizierung von Erlösströmen. (Cutolo & Kenny 2019: 27f.)

2.4 Journalistische Kreatoren*innen auf Plattformen

Ob und inwieweit sich diese branchenübergreifenden Tendenzen auch auf peripherie journalistische Praktiken auswirken, lässt sich nicht abschätzen, ohne einen Blick auf journalistische Kreatoren*innen zu werfen – auch wenn es sich hierbei im deutschsprachigen Raum nach wie vor eher um ein Nischenphänomen mit unklaren Perspektiven handelt. (Franke et al. 2022: 24) Seine Relevanz gewinnt der Gegenstand vor allem aus den Vielfaltspotenzialen journalistischer Kreatoren*innen, die sich in Zukunft daraus ergeben können, dass sie in breiterem Umfang als bislang publizistische Lücken füllen, die etablierte Medienunternehmen aufgehen lassen. Darüber hinaus gilt es, empirische Befunde zu journalistischen Kreatoren*in-

nen im deutschsprachigen Raum um internationale Perspektiven ebenso anzureichern wie um Erkenntnisse aus der Kreativindustrie im weiteren Sinne.

Journalistische Kreativ*innen sind nach dem hier vertretenen Verständnis dadurch gekennzeichnet, dass sie Inhalte unabhängig von in Medienunternehmen eingebundenen Redaktionen erstellen und ganz überwiegend Plattformen nutzen, um diese Inhalte zu verbreiten und eine Community von Nutzer*innen aufzubauen, die sie direkt oder indirekt in die Produktion von Inhalten und Generierung von Erlösen einbinden. Arbeitsrechtlich relevant sind dabei vor allem die Kreativ*innen, die aus ihrer professionellen Tätigkeit auf den Plattformen relevante Teile ihres Einkommens bestreiten oder dies zumindest anstreben. Im Hinblick auf publizistische Vielfalt sind dabei vor allem auch Kreativ*innen relevant, die thematische und/oder räumliche Nischen bearbeiten, die nur bedingt skalierbar sind.

Digitale Technologien haben es einer steigenden Zahl neuer Akteur*innen mit und ohne journalistische Ambitionen erlaubt, insbesondere in Microblogging-Plattformen relevante Publikum aufzubauen. (Maares & Hanusch 2020: 266) Diese Affordanzstruktur hat zu einer spezifischen Form von Plattformarbeit geführt, die sich klar von anderen Rollen wie Technologiedesigner*innen, Berater*innen oder *gig workers* abgrenzen lässt. Charakteristisches Merkmal ist hier die „aspirational labor“ (Vallas & Schor 2020: 276), also die unbezahlte Arbeit in der Hoffnung auf spätere Pay-offs, falls eine bestimmte Bekanntheit erreicht wird.

Spaß und das Erlernen neuer Fähigkeiten ist hier als Motivation zum Einstieg zunächst oft wichtiger als der Zuverdienst, nicht zuletzt aus der Erkenntnis heraus, dass Plattformarbeit ohnehin nicht zum Lebensunterhalt ausreicht. (Al-Ani & Stumpf 2015: 20) Diese Motivation verliert allerdings im Zuge der Professionalisierung kreativer Arbeit im Vergleich zu anderen Aspekten an Bedeutung: Wichtiger Treiber für journalistische Aktivitäten sind etwa das eigene Interesse am Thema und die Chance, eine entsprechende Community zu erreichen. (Franke et al. 2022: 20) Wahl-Jorgensen (2022: 116) stieß etwa bei ihrer Untersuchung sublokaler journalistischer Gründungen im Vereinigten Königreich auf eine typische Mischung aus Privilegien in Form finanzieller Rücklagen und einer Opferbereitschaft, die geringe Erträge aus der aktuellen Tätigkeit in Kauf nimmt.

So entsteht ein Selbstverständnis, das sich von dem angestellter Redakteur*innen unterscheidet: Grenzen zwischen privaten und kommerziellen Aktivitäten, in denen sich (journalistische) Kreativ*innen als Entrepreneur*innen verorten, verschwimmen. (Arriagada & Ibanez 2020: 3) Zentrale Bestandteile dieses Mindsets sind eine konsequente Selbstvermarktung, die durch Wachstumsideologien und konstante Publizität geprägt ist. (Meisner & Ledbetter 2022: 1189) Freiheiten in der Themenauswahl und Aufbereitung sowie der Gestaltung der eigenen Arbeitsumwelt werden dabei als positiv erlebt. (Franke et al. 2022: 22) Gleichwohl verlagert dieses Selbstverständnis als Pionier*innen auch das (wirtschaftliche) Risiko auf die individuelle Ebene. (Willemse & Witschge 2022: 126)

Dies hat Konsequenzen für die journalistische Arbeit, denn etablierte Praktiken wie Themenfindung oder Recherche werden um plattformspezifische Praktiken angereichert: Zu nennen sind hier der Aufbau und die Pflege von Personenmarken (Maares & Hanusch 2020: 267), die Pflege der eigenen Community (Meisner & Ledbetter 2022: 1180) und die starke Einbindung der Nutzer*innen in Produktionsprozesse (Franke et al. 2022: 23). Die starke Abhängigkeit von den Plattformen zwingt journalistische Kreativ*innen zudem zur aktiven Beziehungspflege mit den Plattformbetreibern (Duffy et al. 2021: 8) und zur kontinuierlichen Anpassung an Änderungen in der Affordanzstruktur der Plattform (Arriagada & Ibanez 2020: 6).

Gerade im Hinblick auf den letzten Punkt kämpfen Kreativ*innen nicht mit gleichen Waffen. Zwar orientieren sich alle an Metriken der Sichtbarkeit, die die ökonomischen Beziehungen zu Agenturen, Werbetreibenden und weiteren Akteuren prägen (Duffy et al. 2021:

3; Arriagada & Ibanez 2020: 2), und an Vergütungssystemen von Plattformen für Kreatör*innen (Caplan & Gillespie 2020: 2), aber gerade reichweitenschwächere Kreatör*innen können Subjekt algorithmischer Diskriminierung sein: Denn entgegen der Annahme, dass kreative Plattform-Arbeit meritokratisch sei, fokussiert die Industrie auf besonders profitablen Kreatör*innen sowohl hinsichtlich der Bedeutung ihrer Inhalte in Empfehlungssystemen als auch hinsichtlich deutlich attraktiver Vergütungsmodelle für die Reichweiten, die für die Plattform generiert werden. Dieses Vorgehen privilegiert starke Kreatör*innen und erschwert es reichweitenschwachen Kreatör*innen, in dieses attraktive Marktsegment vorzustoßen (Glatt 2022: 3835), auch wenn journalistische Kreatör*innen mitunter diese Abhängigkeit so nicht wahrnehmen, sondern die Chancen betonen, die ihnen eine Plattform bietet (Franke et al. 2022: 20).

Hier zeigt sich erneut die Ambivalenz journalistischer Plattformarbeit. Denn einerseits lösen Plattformen das Versprechen hoher Sichtbarkeit tatsächlich ein, aber andererseits wird der prekäre Charakter peripherer journalistischer Praktiken dadurch weiter verstärkt. (Duffy et al. 2021: 2) Das Verhältnis von Empowerment und Abhängigkeit ist somit das zentrale Spannungsfeld journalistischer Plattformarbeit, insbesondere bei der Ausgestaltung von Vergütungssystemen. (Kopf 2020: 2) Dies wird selbst von erfahrenen Kreatör*innen als solches erlebt (Meisner & Ledbetter 2022) und kann als eine der Triebfedern für die Herausbildung einer professionellen Community in Bereichen kreativer Plattformarbeit angesehen werden. (Arriagada & Ibanez 2020: 2)

2.5 Spezifische Herausforderungen in der Ausgestaltung journalistischer Plattformarbeit

Aus regulatorischer Sicht lohnt es sich, die Prekarität journalistischer Plattformen genauer in den Blick zu nehmen, und zwar aus einer holistischen Perspektive, die neben der ökonomischen auch die emotionale und professionelle Ebene mit einbezieht (Willemens & Witschge 2022: 132). Denn es ist gerade die ständige Veränderbarkeit der Rahmenbedingungen journalistischer Plattformarbeit, die neben- und hauptberufliche Kreatör*innen in einem Kontext steter Unsicherheit agieren lässt. (Duffy et al. 2021: 2)

Diese werden verstärkt durch sogenannte „Tiered-Governance“-Strategien (Caplan & Gillespie 2020: 2), die Kreatör*innen je nach Wert für die Plattform insbesondere im Hinblick auf Erlösbeziehungen unterschiedlich behandeln und diese Unterschiede nicht transparent machen. Obgleich sich Plattformanbieter hier oft als Ratgeber und Partner inszenieren, agieren sie im Rahmen ihrer Geschäftsbedingungen de facto gleichzeitig als Legislative, Exekutive und Judikative. (Kopf 2020: 2) Dies führt wenigstens in der Tendenz zur Kommodifizierung von Kreatör*innen auf einer Plattform, deren Wert sich in Echtzeit stetig verändern kann. (Meisner & Ledbetter 2022: 1179)

Die Kommodifizierung relativiert das Vielfaltspotenzial journalistischer Kreatör*innen schon auf der ökonomischen Ebene, weil sie die Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für die Kreatör*innen erschwert. Damit verbunden ist die Frage, ob regulatorische Instrumente so gestaltet werden können, dass sie der Segregation innerhalb der Kreatör*innen entgegenwirken können, um hochwertige journalistische Angebote auch dann finanzieren zu können, wenn deren Reichweiten nur bedingt skalierbar sind. Dieser Aspekt ist gerade mit Blick auf lokale Kommunikationsräume relevant.

Darüber hinaus ergeben sich aber auch Risiken auf der inhaltlichen Ebene, wenn Plattformanbieter die Erlösströme von Kreatör*innen kappen, weil sie den Plattformregeln nicht entsprechen, oder staatlicher Regulierungsdruck auf die Plattformen, etwa bezogen auf Hate Speech, an die Kreatör*innen weitergegeben wird. (Caplan & Gillespie 2020: 9) Die publizistische Tendenz der journalistischen Kreatör*innen wird dabei Gegenstand von Eingriffen der Plattformen. Dies kann zunächst gezielte Eingriffe der Plattformbetreiber in

Anknüpfung an bestimmte Inhalte betreffen. In der Breite relevanter dürften aber negative externe Effekte auf die publizistische Vielfalt durch algorithmisch basierte Publikationsentscheidungen sein, die Awareness für und Stickyness von Content priorisieren.

Umgekehrt haben es die Kreatoren*innen zumindest prinzipiell selbst in der Hand, Regelungen in ihrem Sinne zu erzielen. Ihr ökonomischer Hebel ergibt sich grundsätzlich daraus, dass letztlich ihre Kreativität die Erträge der Plattformen sichert. (Kopf 2020: 3) Lose vernetzte, widerständige Praktiken lassen sich auch empirisch beobachten, etwa bei der kollaborativen Entschlüsselung von algorithmischen Effekten. (Arriagada & Ibanez 2020: 2) Aber auch hier sind die Einflussmöglichkeiten abhängig vom Standing, den Ressourcen und der Data Literacy der Kreatoren*innen. Duffy et al. (2021: 9) sehen in diesem „*Gaming the System*“ letztlich einen weiteren Beleg für die strukturelle Machtasymmetrie zwischen Plattformanbietern und Kreatoren*innen.

3. Journalistische Arbeit in der Plattformökonomie und Arbeitsrecht

3.1 Arbeitsrechtlicher Perspektivwechsel in der Plattformökonomie

Traditionell blickt das Arbeitsrecht auf journalistische Arbeit als Arbeit, die sich in einem auf allen Ebenen (Tarifvertragsrecht, Betriebsverfassungsrecht, Individualarbeitsrecht) stark ausgebauten Schutzsystem bewegt. Momente der Vermeidung einer Prekarisierung und des *Empowerments* durch kollektive Interessenwahrnehmung sind hier bereits bedacht. Unter dem Schlagwort Tendenzschutz geht es sodann darum, dieses Schutzsystem im Interesse der Medienhäuser, die in ihrer gesamtgesellschaftlichen Funktion als Garanten der Meinungsvielfalt begriffen werden, einzuschränken. (Bundesarbeitsgericht 1997; Bundesarbeitsgericht 2018; Löwisch & Rieble 2017: Rn. 33; Forst 2022: Rn. 116ff.) Diese herkömmlichen arbeitsrechtlichen Regulierungsmuster im journalistischen bzw. publizistischen Bereich helfen hingegen zur rechtlichen Bewältigung des Handlungsfeldes der in der Plattformökonomie agierenden Kreatoren*innen nur bedingt weiter. Zu unterschiedlich ist die tatsächliche Ausgangssituation.

Zunächst drängt es sich nicht auf, den Plattformen schlechthin ähnlich den Verleger*innen eine durch die Pressefreiheit gemäß Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG legitimierte Rolle zuzuschreiben. Dies jedenfalls so lange, wie die Plattform – zumindest in erster Linie – ein kommerzielles Interesse an den auf ihr verbreiteten journalistischen Inhalten hat und ein Moment der Identifikation mit einem spezifischen Inhalt in Konkordanz mit einer definierten publizistischen Linie fehlt. Im Gegenteil haben Plattformen den starken rechtlichen Anreiz, eine solche Identifikation explizit zurückzuweisen, um unter Rückgriff auf das Haftungsprivileg bei einer „reinen Durchleitung“ im Sinne von Art. 4 der Verordnung (EU) 2022/2065 (also des *Digital Services Act*) die rechtliche Verantwortung für Handlungen der Nutzer*innen der Plattform, welche die Rechte Dritter verletzen, zu vermeiden.

Prägend wird in der Plattformökonomie die Bewertung von Inhalten unter dem Gesichtspunkt der Monetarisierbarkeit. Im Regelungsbereich von Art. 5 Abs. 1 GG zu verortende Deregulierungsfordernungen werden sodann von Plattformen unter dem Label „*freedom of speech*“ vor allem unter Berufung auf die Sicherung der Meinungsfreiheit der Kreatoren*innen gemäß Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG formuliert. Damit ist aber auch ein Perspektivwechsel bei der Durchsetzung der Zielsetzung der Vielfaltssicherung möglich. Es geht dann nicht mehr um die Einschränkung der Rechtsposition von Journalist*innen im Interesse der als Garanten der Meinungsvielfalt gedachten Verleger*innen, sondern um die regulatorische Unterstützung der Position journalistischer Kreatoren*innen gegenüber der Plattform.

Dies ändert indes nichts daran, dass die herkömmlichen arbeitsrechtlichen Regelungsinstrumente im journalistischen bzw. publizistischen Bereich auf diesen Perspektivwechsel

nicht ausgerichtet sind, mit Ausnahme eben von (rudimentären) Ansätzen, die im Interesse der Vielfaltssicherung Einflussnahmen der im weitesten Sinne als Prinzipal einer Organisation zu verstehenden Akteur*innen auf die Produktion und Verbreitung bestimmter journalistischer Inhalte einschränken. Aus regulatorischer Perspektive blickt man damit auf eine *tabula rasa*.

Damit nicht genug. Im Vergleich der Rahmenbedingungen, unter denen journalistische Inhalte produziert werden, lässt sich ein Gestaltwandel beobachten, der es schwierig macht, regulatorische Probleme überhaupt als spezifisch *arbeitsrechtliche* Probleme wahrnehmen zu können. Der enge institutionelle Verbund des Medienhauses geht ebenso verloren wie die dazu komplementäre und für alle beteiligten Akteure einschließlich der Prinzipale selbstverständliche kollektive Interessenwahrnehmung, sei es über Betriebsräte oder über Gewerkschaften als Verbände der Arbeitnehmer*innen. Es zeigt sich ein den Verbandscharakter ablösender Geflechtscharakter. In diesem die Akteur*innen verbindenden Geflecht schafft die Plattform zwar einerseits gewisse Produktionsbedingungen und einen gemeinsamen Kommunikationsraum, agiert aber anders, wenn es darum geht, Verantwortung für Inhalte, aber auch die soziale Sicherheit der Nutzer*innen, insbesondere der Kreatoren*innen zu übernehmen. Das Selbstverständnis der Plattform ist darauf gerichtet, Möglichkeiten der kreativen, aber auch ökonomischen Emanzipation ihrer Nutzer*innen zu schaffen. Die Kreatoren*innen wiederum nehmen diesen Gedanken durchaus auf und verstehen sich als Entrepreneur*innen.

Dieser Befund wirft aus deutscher arbeitsrechtlicher Sicht zunächst eine fundamentale Abgrenzungsfrage auf: Fallen Kreatoren*innen bereits unter den Arbeitnehmerbegriff oder ist von einer selbstständigen Tätigkeit auszugehen? Fundamental ist diese Abgrenzung deshalb, weil Arbeitsrecht schuldrechtlich betrachtet auf einen bestimmten Vertragstypus ausgerichtet ist, nämlich gemäß § 611a Abs. 1 S. 1 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) auf die Verpflichtung zur Leistung weisungsgebundener, fremdbestimmter Arbeit in persönlicher Abhängigkeit. Dieser Vertragstypus ist – legitimiert durch das Sozialstaatsprinzip (Art. 20 Abs. 3 GG) – mit vielfältigen Regeln zur Verwirklichung sozialer Sicherheit, wie etwa Kündigungsschutz, Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall oder bezahlten Urlaub flankiert, einschließlich des gemäß § 7 Abs. 1 S. 1 SGB IV ohne Weiteres gewährleisteten Zugangs zur gesetzlichen Sozialversicherung. (Waltermann 2023: 17ff.) Hinzu kommen spezifische Formen kollektiver Interessenwahrnehmung durch Gewerkschaften und Betriebsräte. Gleichwohl wird der Schutz durch arbeitsrechtliche Regulierung in aller Regel eben nur über die Subsumtion unter den Arbeitnehmerbegriff verwirklicht. (Ebd.) Nur dann werden Arbeitsbeziehungen und Arbeitsbedingungen, auch diejenigen von Kreatoren*innen, als Gegenstand arbeitsrechtlicher Regulierung sichtbar.

*3.2 Sichtbarmachung von Kreatoren*innen als Arbeitsrechtssubjekte*

Lassen sich nun aber Kreatoren*innen als Subjekte des Arbeitsrechts sichtbar machen? Zwei wesentliche Rechtsentwicklungen im Bereich der Plattformarbeit sind richtungsweisend, um diese Frage zu beantworten.

3.2.1 Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts

Bemerkenswert ist zunächst eine Weiterentwicklung der Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichtes zum Arbeitnehmerbegriff. Die Leitentscheidung (Bundesarbeitsgericht 2020) betrifft einen *Crowdworker*, der als Nutzer der Plattform nach einem klar vorgegebenen Schema Kontrollaufträge für bestimmte Verkaufsstellen im Einzelhandel übernehmen konnte. Eine Verpflichtung dazu war an keiner Stelle begründet. Allerdings hing die Anzahl

an offerierten Aufträgen ebenso wie die Chance, eine Reihe von Aufträgen gleichzeitig annehmen zu können, von der Anzahl der tatsächlich angenommenen und ordnungsgemäß erledigten Aufträge ab. Je nach *Performance* wurden die Nutzer*innen verschiedenen Levels zugeordnet. Um das Level zu verbessern oder auch nur zu halten, war ein kontinuierlicher Einsatz auf der Plattform nötig. Um existenzsichernd von dieser Tätigkeit leben zu können, musste sich der *Crowdworker* in diesem Musterbeispiel von *Gamification* also in das entsprechende Level „hochspielen“ und durch ständiges „Bespielen“ der Plattform sein Level sichern. Durch diese Anordnung entstand eine den *Crowdworker* fremdbestimmende Sogwirkung, die aus Sicht der Plattform eine hinreichend verlässliche Steuerung des Arbeitseinsatzes ermöglichte, ohne dass die Plattform, wie im klassischen Modell der Industriearbeit, eine Verpflichtung zur Arbeit und darauf aufbauend eine Arbeitsorganisation schaffen musste, in der die Beschäftigten im Rahmen einer Weisungskette über verschiedene Hierarchieebenen hinweg durch Einzelweisungen dirigiert werden. Der von der Plattform allerdings GPS-getrackte *Crowdworker* konnte nicht einmal eine konkrete Person, die er als Vorgesetzte hätte benennen können. Die Vorinstanz (Landesarbeitsgericht München 2019) lehnte eine Arbeitnehmereigenschaft unter Hinweis auf die fehlende Verpflichtung zur Annahme von Arbeitsaufträgen noch ab. Das Bundesarbeitsgericht erkannte hingegen an, dass auch *ohne* eine Arbeitsverpflichtung durch die Struktur der Auftragsvergabe und die hier gesetzten Anreize gleichwohl eine Dauerbeziehung geschaffen wurde, die den Arbeitgeber in eine fremdbestimmte Organisation integrierte, zumal die engen Vorgaben zur Ausführung eines einmal entgegengenommenen Auftrags keine wesentlichen Freiheitsgrade in der Auftragserfüllung ließen. (Bundesarbeitsgericht 2020, Waltermann 2023: 30ff.)

Diese Rechtsprechung hat das Potenzial, Fallgestaltungen journalistischer Plattformarbeit als Arbeitsverhältnis zu erfassen, in denen redaktionelle Zuarbeit auf ein Netz von *ad hoc* rekrutierten Mitarbeitenden verteilt wird. Hier wird es im Wesentlichen auf die Dichte an inhaltlichen Vorgaben und die Gestaltung der den Plattformzugang regulierenden Anreizsysteme ankommen.

Plattformen, die die von Kreatoren*innen produzierten Inhalte allein durchleiten, ohne Vorgaben zu Inhalt, Häufigkeit, Ort und Zeit der Publikation zu machen, und die im Grundsatz den Zugang zur Plattform nicht von der Ausprägung dieser Kriterien abhängig machen, werden über diese Rechtsprechung hingegen nach wie vor nicht als Arbeitgeber angesprochen werden können. Die Regulierung der Sichtbarkeit produzierter Inhalte auf der Plattform unter dem Gesichtspunkt der Monetarisierbarkeit bleibt ein Akt der Verwertung, nicht aber ein Akt der Produktion, auch wenn diese Regulierung auf die wirtschaftliche Existenzsicherung der journalistischen Kreatoren*innen zurückwirkt und auch wenn an dieser Stelle bei der Auswahl der produzierten Inhalte bestimmte Stoffe auf der Strecke bleiben mögen, weil sich Kreatoren*innen unter dem Gesichtspunkt der Existenzsicherung an bestimmten Konformitätserwartungen orientieren. Hier entstehen möglicherweise wirtschaftliche Abhängigkeiten, die aber nicht ausreichen, um die Betroffenen als Arbeitnehmer*innen zu erfassen. (Bundesarbeitsgericht 2001, 2)

3.2.2 Legislative Initiative der Europäischen Union

Ein weiterer Weg, journalistische Kreatoren*innen unter bestimmten Bedingungen als Arbeitnehmer*innen zu erfassen, zeichnet sich im Rahmen der legislativen Aktivitäten der Europäischen Union ab. Konkret geht es um die Richtlinie der Europäischen Kommission und des Rates zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit. Diese liegt seit 2021 als Vorschlag der Europäischen Kommission vor. (Europäische Kommission 2021) Eine vom Europäischen Parlament bereits gebilligte Textfassung (Europäisches Parlament 2024) ist inzwischen ohne weitere Änderungen zum 01.12.2024 in Kraft getreten (Richtlinie

EU 2024/2831). Es stehen nunmehr ab diesem Zeitpunkt zwei Jahre für die Umsetzung der Vorgaben der Richtlinie im nationalen Recht der Mitgliedstaaten zur Verfügung.

Art. 4 Abs. 1 und 3 sowie Art. 5 des Richtlinientextes sehen eine an die Erfüllung bestimmter Anknüpfungstatsachen gebundene Vermutung des Arbeitnehmerstatus von Plattformarbeitenden vor. (Richtlinie EU 2024/2831) Anders als noch in Art. 4 Abs. 2 des ursprünglichen Entwurfes (Europäische Kommission 2021) werden diese Anknüpfungstatsachen aber nicht mehr von der Richtlinie vorgegeben. Vielmehr erteilt Art. 5 Abs. 2 des Richtlinientextes den Mitgliedstaaten einen entsprechenden Regelungsauftrag. (Richtlinie EU 2024/2831) Kritik, die an der ursprünglichen Textfassung hinsichtlich der Leistungsfähigkeit der Merkmale und ihrer Kompatibilität mit den Regeln zur Bestimmung des Arbeitnehmerbegriffs in der jeweiligen nationalen Rechtsordnung geäußert wurde (Schubert 2023: 85), ist auf diese Weise aufgenommen. Andererseits sind die damit angesprochenen Regelungsfragen nicht gelöst, sondern auf die Ebenen der Umsetzung im nationalen Recht und deren Kontrolle durch den Gerichtshof der Europäischen Union verlagert.

Die Antwort des deutschen Gesetzgebers bleibt abzuwarten. Jedoch wird hier aller Voraussicht nach zwar für betroffene Kreatör*innen eine prozessuale Hilfe bei der Durchsetzung ihrer Rechte insbesondere in Grenzfällen zur Verfügung stehen. Nicht aber wird mit einer grundsätzlichen Grenzverschiebung zu rechnen sein, nach denen auf Plattformen tätige Kreatör*innen generell als Arbeitnehmer erfasst werden könnten. Dem steht schon der eingeschränkte Anwendungsbereich der Richtlinie EU 2024/2831 entgegen. Die Richtlinie gilt nämlich gemäß Art. 1 Abs. 3 allein für digitale Arbeitsplattformen, die in der Union geleistete Plattformarbeit organisieren. Gemäß Art. 2 Abs. 1 a) der Richtlinie muss die Plattform dabei (unter anderem) als notwendigen und wesentlichen Bestandteil die Organisation der von Einzelpersonen entgeltlich geleisteten Arbeit erfassen, unabhängig davon, ob diese Arbeit online oder an einem bestimmten Ort ausgeführt wird. Diese Dienstleistung muss zudem auf Verlangen eines Empfängers der Dienstleistung erbracht werden. Eine solche Rolle als Intermediär zwischen einem konkreten Auftraggeber und einem Netzwerk von Plattformarbeitenden, das gezielt genutzt wird, um Arbeitskraft zu organisieren, die den konkreten Bedarf des Auftraggebers bedient, spielen längst nicht alle Plattformen, zumal nicht die großen Plattformen wie YouTube, Instagram oder TikTok, die journalistischen Kreatör*innen nennenswerte Reichweiten verschaffen können. Hier wird es in aller Regel schon an einem individualisierbaren Besteller eines konkreten journalistischen Inhalts fehlen. Die Plattform im Sinne der Richtlinie EU 2024/2831 muss an dieser Stelle von dem anders konturierten Begriff der Online-Plattform im Sinne der Verordnung (EU) 2022/2065 (also des *Digital Services Act*) unterschieden werden, die in Art. 3 i) der Verordnung definiert ist als Hostingdienst, der im Auftrag eines Nutzers Informationen speichert und öffentlich verbreitet. Das oben zu 3.2.1 im Zusammenhang mit der Entwicklung der Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts zum Arbeitnehmerbegriff beschriebene Potenzial, journalistische Kreatör*innen als Arbeitnehmer*innen zu erfassen, dürfte daher im Wesentlichen auch nach Umsetzung der Richtlinie unverändert bleiben.

*3.3 Schutzdimensionen bei Erfassung als Plattformarbeitnehmer*in*

Betrachtet man die Schutzdimensionen, die mit der Erfassung von Kreatör*innen als Plattformarbeitnehmer*in – so sie denn möglich ist – verbunden sind, so verwirklicht der Zugang zu dem Schutzsystem des Arbeitsrechts zunächst ein gewisses Maß an wirtschaftlicher Stabilität und sozialer Sicherheit. Das ist mit Blick auf die Gefahr der Prekarisierung von Kreatör*innen unter Bedingungen der Plattformarbeit nicht gering zu schätzen, hat aber noch keinen spezifischen Bezug zu Regelungszielen, die auf die produzierten journalistischen Inhalte abheben, so wie es die Regelungen zum Tendenzschutz tun. Immerhin sichert

aber der zuvor angesprochene wirtschaftliche Basisschutz für die von ihm profitierenden Kreatör*innen die Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells und hält sie damit als Akteur*innen bei der Verwirklichung von Meinungsvielfalt im Spiel.

Eine spezifisch auf die Produktion journalistischer Inhalte bezogene Schutzdimension zeichnet sich im Kündigungsschutzrecht ab. Verfolgt die Plattform das Ziel, das Arbeitsverhältnis in Anknüpfung an die journalistischen Inhalte zu beenden, weil diese als unerwünscht oder unzureichend verwertbar angesehen werden, lassen sich über die Generalklauseln des Kündigungsschutzrechts (konkret aus § 1 Abs. 2 KSchG) im Rahmen zu treffender Abwägungsentscheidungen (Preis 2024: A, Rn. 24) Gesichtspunkte der individuellen Pressefreiheit der Kreatör*innen und der Vielfaltssicherung gegenüber der unternehmerischen Freiheit der Plattformen zur Geltung bringen. Der Wechsel in der Zuschreibung der Rolle des Garanten der Meinungsvielfalt auf die Kreatör*innen führt hier nicht zu einer Reduktion des Schutzniveaus, sondern schafft Räume zu dessen Ausbau. In welchem Umfang solche Überlegungen in der Rechtsprechungspraxis allerdings tatsächlich wirkmächtig werden, bleibt abzuwarten. Juristische Pionierarbeit wäre auch hier zu leisten.

Ein Weiteres kommt hinzu: Bei der Qualifikation als Arbeitsverhältnis kann, wie unter 3.1 angesprochen, der dezidierten Vorgabe einer bestimmten Art von Inhalten maßgebliche Bedeutung zukommen. Dies kann jedoch zur Folge haben, dass die Plattform als Prinzipal weiterhin in der Rolle eines eine bestimmte publizistische Tendenz verfolgenden Medienhauses verbleibt. Unter dem Gesichtspunkt der Sicherung journalistischer Vielfalt kommen dann die herkömmlichen Wertungsmuster des arbeitsrechtlichen Tendenzschutzes zum Tragen.

Die bestehenden arbeitsrechtlichen Normen sind damit immerhin hinreichend flexibel, um Fragen des Verlustes des Zugangs zu der über die Plattform vermittelten Öffentlichkeit zu bewältigen. Anders der Befund in der Situation der Sicherung des erstmaligen Zugangs zu einer Plattform. Die Abschlussfreiheit als wesentlicher Bestandteil der Vertragsfreiheit ist auch im Arbeitsrecht weitgehend gewährleistet. (Bundesarbeitsgericht 2015) Selbst der über das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) vermittelte Diskriminierungsschutz sanktioniert unzulässige Diskriminierung in Situationen des Vertragsabschlusses gemäß § 15 Abs. 1, 6 AGG nicht über einen Kontrahierungszwang, sondern allein über Schadenersatzansprüche. (Schlachter 2024: Rn. 22) Ohne entsprechende gesetzgeberische Aktivitäten, die eine entsprechende politische Bewertung der Dringlichkeit voraussetzen, wird also eine Regulierung des Zugangs zu Plattformen nicht umsetzbar sein.

Auf der kollektiv-arbeitsrechtlichen Ebene ist hingegen bereits nach geltendem Recht der Ansatz möglich, Plattformarbeitende und damit auch Kreatör*innen jedenfalls als arbeitnehmerähnlich im Sinne von § 12 a TVG anzusehen und bei Erfüllung der weiteren dort geregelten Voraussetzungen Möglichkeiten der gewerkschaftlichen Organisation und des Abschlusses von Tarifverträgen vorzusehen. (Waltermann 2023: 23f.)

*3.4 Kreatör*innen und algorithmisches Management*

Schutzzvorschriften für Plattformarbeitende, die von vornherein unabhängig von der Qualifizierung als Arbeitnehmer*innen sind, sieht die Richtlinie EU 2024/2831 im Bereich des algorithmischen Managements vor. Auch hier ist allerdings der auf digitale Arbeitsplattformen begrenzte Anwendungsbereich der Richtlinie EU 2024/2831 zu beachten. Deshalb wären für journalistische Kreatör*innen, die andere Plattformen nutzen, zivilrechtliche Lösungsansätze zu diskutieren, etwa mit den Fragestellungen, ob die Regulierung durch die Verordnung (EU) 2022/2065 (also den *Digital Services Act*) oder die Grundsätze der Kontrolle allgemeiner Geschäftsbedingungen insoweit fruchtbar gemacht werden können, was aber nicht zu den hier behandelten spezifisch arbeitsrechtlichen Lösungsansätzen zählt.

Ansatzpunkt der Regulierung in Kapitel III des Richtlinientextes ist dabei der Einsatz einer bestimmten Technologie zur Steuerung einer Vertragsbeziehung im Rahmen der Plattformarbeit, nämlich der Einsatz automatisierter Überwachungs- oder Entscheidungssysteme. Prinzipiell geeignet, um die Pressefreiheit der Kreatoren*innen zur Geltung zu bringen, ist an dieser Stelle zunächst das Verbot in Art. 7 Abs. 1 d), mittels automatisierter Überwachungs- und Entscheidungssysteme personenbezogene Daten zu verarbeiten, um die Ausübung von Grundrechten nach Maßgabe der Charta vorherzusagen. Eine Extrapolation aus bisherigen journalistischen Inhalten auf künftige Inhalte, um daraus Konsequenzen für die Reichweite von Kreatoren*innen auf der Plattform abzuleiten, wäre zumindest problematisch.

Flankierend tritt den Kreatoren*innen der in Art. 9 des Richtlinientextes geregelte Anspruch zur Seite, von der Plattform über die Nutzung automatisierter Überwachungs- oder Entscheidungssysteme informiert zu werden. In Bezug auf den Einsatz automatisierter Überwachungssysteme sind dabei zwei Dinge offenzulegen: erstens die Kategorien von Daten und Tätigkeiten, die von solchen Systemen kontrolliert, überwacht oder bewertet werden, einschließlich der Bewertung durch den Dienstleistungsempfänger; und zweitens das Ziel der Überwachung und die Art und Weise, wie dieses mit dem System erreicht werden soll. Dies gilt insbesondere für die Kategorien von Entscheidungen, die von solchen Systemen getroffen oder unterstützt werden, die Kategorien von Daten und die wichtigsten Parameter, die diese Systeme berücksichtigen, und die relative Bedeutung dieser Parameter bei der automatisierten Entscheidungsfindung. Eingeschlossen sind dabei auch die Art und Weise, wie die personenbezogenen Daten oder das Verhalten der Person, die Plattformarbeit leistet, die Entscheidungen beeinflussen, sowie die Gründe für Entscheidungen in Bezug auf die Beschränkung, Aussetzung oder Beendigung des Kontos einer Person, die Plattformarbeit leistet, bzw. für jede Entscheidung mit gleichwertiger oder nachteiliger Wirkung. Informationsdefizite, die aus Sicht der Kreatoren*innen das „*Gaming the System*“ erschweren, lassen sich über diese Vorgaben also jedenfalls verringern.

Vor Fehlsteuerungen durch Verselbstständigung der Maschine schützt in gewissem Maße auch die Verpflichtung in Art. 10 Abs. 5, jedwede Entscheidung in Bezug auf die Beschränkung, Aussetzung oder Beendigung des Vertragsverhältnisses oder des Kontos einer Person, die Plattformarbeit leistet, oder jede andere Entscheidung mit *gleichwertigen* nachteiligen Auswirkungen von Menschen treffen zu lassen. Gerade bei der Bestimmung der Gleichwertigkeit kann unter dem Gesichtspunkt von Vielfaltsschutz die grundrechtlich gewährleistete Pressefreiheit der Kreatoren*innen prinzipiell eingespielt werden, ohne dass hier allerdings bereits Aussagen über konkrete Ausprägungen einer solchen Operation getroffen werden könnten.

Dies ändert allerdings nichts daran, dass die Rechte, die Kreatoren*innen nach dem Richtlinientext in die Hände bekommen, zunächst allein helfen, die Mechanismen, die auf technologischer Seite die Segregation innerhalb der Kreatoren*innen fördern, besser zu verstehen. Die ökonomische Logik der Monetarisierung wird dadurch nicht verändert. Hochwertige journalistische Angebote zu finanzieren, bleibt also auch nach Umsetzung der Richtlinie schwierig.

4. Fazit: Möglichkeiten und Grenzen des Arbeitsrechts zur Vielfaltssicherung auf Plattformen

Die Möglichkeiten, über arbeitsrechtliche Initiativen die Vielfalt von journalistischen Kreatoren*innen auf Plattformen zu stärken, sind nach aktuellem Stand der Diskussion begrenzt. Es ist bereits herausfordernd, jedenfalls für bestimmte Fallgestaltungen journalistischer Plattformarbeit über die Qualifikation als Arbeitnehmer*in überhaupt erst ein bestimmtes Mindestmaß wirtschaftlicher und sozialer Absicherung zu erzielen. Es zeichnet sich ein

Bedeutungsverlust arbeitsrechtlicher Regulierung im Kontext der Vielfaltssicherung ab, der mit dem Bedeutungsgewinn journalistischer Plattformarbeit korreliert und nur in speziellen Konstellationen durch die Fortentwicklung des Arbeitnehmerbegriffs und flankierende Gesetzgebung auf der Grundlage der EU-Richtlinie zur Plattformarbeit abgefangen werden kann.

Rechtspolitisch wäre es in diesem Kontext am ehesten zielführend, auf Erweiterungen in Richtung Vielfaltssicherung bei den Regelungen zum algorithmischen Management hinzuwirken, die die spezifischen Produktionsbedingungen der Plattformökonomie bedenken, und dadurch den Schutz bei algorithmischem Management, den die Richtlinie zur Plattformarbeit bietet, zu ergänzen und auszubauen.

Medienpolitisch geht es aber vor allem darum, redaktionelle Organisationen in Deutschland zu bewahren bzw. neu zu schaffen. Hier dürfte der inneren Pressefreiheit künftig eine größere Bedeutung zukommen, sowohl bei öffentlich-rechtlichen Organisationen als auch bei privatwirtschaftlichen Medienunternehmen und gemeinwohlorientierten Plattformen für journalistische Kreatoren*innen.

Die Rechtsentwicklung wird dabei stets weitere Veränderungsdynamiken in plattformisierten Öffentlichkeiten im Blick behalten müssen. Relevant ist hier zunächst, dass auch aus Publikumsperspektive die Grenzen zwischen redaktionellem Journalismus und anderen Kreatoren*innen zunehmend vermischen, nicht zuletzt deshalb, weil sich auch redaktioneller Journalismus an Plattformlogiken und dominante Gestaltungspraktiken auf Plattformen anpasst, etwa durch Presenterformate, die eine subjektive Sichtweise auf Themen betonen. Gerade junge Kohorten, die in hybriden Medienumgebungen groß geworden sind, haben keine nachrichtenbezogenen Nutzungsritualen aufgebaut und auch keine besondere Beziehung zu Medienmarken. Infolgedessen fehlt es ihnen an Orientierung, und sie neigen zu einem generell höheren Misstrauen gegenüber Nachrichtenquellen. (Wunderlich et al. 2022: 582) Hier stellt sich mittelfristig unter Umständen die Frage der politischen Durchsetzungsmöglichkeiten für Privilegierungen journalistischer Kreatoren*innen.

Mit der Verbreitung von künstlicher Intelligenz auf Plattformen stellen sich weitere Herausforderungen, die etablierte Medienmarken ebenso betreffen wie journalistische Kreatoren*innen. Eine weitere Erhöhung der Abhängigkeit von Plattformen ist hier ein realistisches Szenario. Gründe dafür sind hohe Entwicklungskosten bei KI-Themen sowie der Mangel an spezifischen Ressourcen sowie sehr heterogene Vorstellungen innerhalb des journalistischen Feldes über den Einsatz von KI. Es zeigen sich isomorphe Tendenzen, die die Autonomie von Newsanbietern weiter einschränken. Auf der Mikro-Ebene, die gerade für Kreatoren*innen besonders relevant ist, ergeben sich diese durch die Limitierung von Entscheidungsfreiheit durch AI-Systeme, die ihrerseits nicht kontrolliert und nachvollzogen werden können. (Simon 2024: 165) Auch hier wird man sorgfältig prüfen müssen, welche branchenübergreifenden arbeitsrechtlichen Lösungen man an die Situation journalistischer Kreatoren*innen anpassen kann und wo spezifische Ansätze zur Vielfaltssicherung notwendig sind.

Literatur

Wissenschaftliche Aufsätze und Kommentierungen

- Acs, Z. J., Song, A. K., Szerb, L., Audretsch, D. B., & Komlósi, É. (2021). The Evolution of the Global Digital Platform Economy: 1971–2021. *Small Business Economics*, 57(4), 1629–1659. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00561-x>
- Al-Ani, A., & Stumpf, S. (2015). Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern (Motivations and

- Enforcement of Interests on Commercial Platforms: A Survey among Creative- and IT-Crowdworkers). (SSRN Scholarly Paper No. 2699065). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2699065>
- Arriagada, A., & Ibáñez, F. (2020). "You Need at least One Picture Daily, if Not, You're Dead": Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. *Social Media + Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Caplan, R., & Gillespie, T. (2020). Tiered Governance and Demonetization: The Shifting Terms of Labor and Compensation in the Platform Economy. *Social Media + Society*, 6(2), 205630512093663. <https://doi.org/10.1177/2056305120936636>
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (2020). Boundary Work. In: K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Hg.), *Handbook of Journalism Studies* (S. 123–136). Routledge.
- Chadha; K., & Steiner, L. (2022). Precarity: The concept, evolution, forms and implications. In: K. Chanda & L. Steiner (Hg.), *Newswork and Precarity* (S. 15–30). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003057376>
- Cutolo, D., & Kenney, M. (2019). The Emergence of Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risk, and Uncertainty. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3372560>
- Dörr, R., & Weber, P. (2023). Der European Media Freedom Act (EMFA) und seine Bedeutung für die nationale Medienregulierung. *Archiv für Presserecht*, 54(5), 383–388.
- Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211021368>
- Forst, G. (2022). Kommentar zu § 118 BetrVG. In: R. Richardi (Hg.), *Betriebsverfassungsgesetz mit Wahlordnung Kommentar*, 17. Auflage (S. 2274–2332). C. H. Beck.
- Franke, K. L., Buschow, C., & Kohlschreiber, M. (2022). Die Creator Economy im Journalismus. Ein Vergleich plattformbasierter Medienproduktion mit der Arbeit in redaktionellen Strukturen. *MedienWirtschaft*, 19(4), 16–25.
- Glatt, Z. (2022). "We're All Told Not to Put Our Eggs in One Basket": Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry. *International Journal of Communication*, 16(0), 19. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15761>
- Hanusch, F., & Löhmann, K. (2023). Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field. *Digital Journalism*, 11(7), 1292–1310. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549>
- Hendrickx, J., Ballon, P., & Ranaiavoson, H. (2022). Dissecting News Diversity: An Integrated Conceptual Framework. *Journalism*, 23(8), 1751–1769. <https://doi.org/10.1177/1464884920966881>
- Hermida, A. (2020). Post-Publication Gatekeeping. The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 79, 469–491. <https://doi.org/10.1177/1077699020911882>
- Holtz-Bacha, C. (1998). Redaktionsstatuten — eine Bilanz nach 30 Jahren. In: W. Duchkowitsch, F. Hausjell, W. Hömberg, A. Kutsch & I. Neverla (Hrsg.), *Journalismus als Kultur* (S. 73–81). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-322-87316-3_7
- Kopf, S. (2020). "Rewarding Good Creators": Corporate Social Media Discourse on Monetization Schemes for Content Creators. *Social Media + Society*, 6(4), 205630512096987. <https://doi.org/10.1177/2056305120969877>
- Krüger, U., Köbele, P., Lang, M. L., Scheller, M., & Seyffert, H. (2022). Innere Pressefreiheit revisited. *Journalistik*, 5(3), 228–247. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-32022-12669-de>
- Loosen, W., & Schmidt, J.-H. (2012). (Re-)Discovering the Audience: The relationship between journalism and audience in networked digital media. *Information, Communication & Society*, 15(6), 867–887. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665467>
- Löwisch, M., & Rieble, V. (2017). Tarifvertragsgesetz, Kommentar zu § 12a TVG, 4. Auflage. Verlag Franz Vahlen.
- Maares, P., & Hanusch, F. (2020). Exploring the Boundaries of Journalism: Instagram Micro-Bloggers in the Twilight Zone of Lifestyle Journalism. *Journalism*, 21(2), 262–278. <https://doi.org/10.1177/1464884918801400>
- Meisner, C., & Ledbetter, A. M. (2022). Participatory Branding on Social Media: The Affordances of Live Streaming for Creative Labor. *New Media & Society*, 24(5), 1179–1195. <https://doi.org/10.1177/461444820972392>

- Nerone, John (2022). The Labor History of Newwork from Industrialization to the Digital Age. In: K. Chanda & L. Steiner (Hg.), *Newwork and Precarity* (S. 31–53). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003057376>
- Newman, N., Flechter, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Kleis Nielsen, R. (2024). Digital News Report 2024 | Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> [13.05.2025].
- Papaevangelou, C. (2024). Funding Intermediaries: Google and Facebook's Strategy to Capture Journalism. *Digital Journalism*, 12(2), 234–255. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206>
- Preis, Ulrich (2024). Grundlagen zur Beendigung von Arbeitsverhältnissen. In: R. Linck, U. Preis & I. Schmidt (Hg.), *Kündigungsrecht*, 7. Auflage (S. 1–210). C. H. Beck.
- Schlachter, Monika (2024). Kommentar zu § 15 AGG. In: R. Müller-Glöge, U. Preis, I. Gallner & I. Schmidt (Hg.), *Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht*, 24. Auflage (S. 238–380). C. H. Beck.
- Schubert, C. (2023). Richtlinievorschlag Plattformarbeit: Anwendungsbereich und Beschäftigungsstatus. In: R. Giesen, A. Junker & V. Rieble (Hg.), *Arbeitsrechtsfragen bei Crowdworking und Plattformarbeit*, ZAAR Schriftenreihe, Band 50 (S. 69–90). ZAAR Verlag.
- Simon, F. M. (2024). Escape Me if You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies. *Digital Journalism*, 12(2), 149–170. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464>
- Singer, J. B. (2019): Theorizing Digital Journalism: The Limits of Linearity and the Rise of Relationships. In: S. A. Eldridge II & B. Franklin (Hg.), *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (S. 487–500). Routledge.
- Stock, M. (2001). Innere Medienfreiheit: ein modernes Konzept der Qualitätssicherung. Nomos.
- Turillazzi, A., Taddeo, M., Floridi, L. & Casolari, F. (2023). The Digital Services Act: An Analysis of Its Ethical, Legal, and Social Implications. *Law, Innovation and Technology*, 15:1, 83–106. <https://doi.org/10.1080/17579961.2023.2184136>
- Udris, L., Stark, B., Magin, M., Jandura, O., Riedl, A., Klein, M., Furrer, B. H., & Guix, R. P. (2023). Vielfalt in den Nachrichten. Ein Vergleich digitaler und analoger Angebote von öffentlich-rechtlichen Medien und Tageszeitungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 71(1–2), 61–84. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2023-1-2-61>
- Vallas, S., & Schor, J. B. (2020). What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy. *Annual Review of Sociology*, 46(1), 273–294. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>
- Wagemans, A., Witschge, T., & Harbers, F. (2019). Impact as Driving Force of Journalistic and Social Change. *Journalism*, 20(4), 552–567. <https://doi.org/10.1177/1464884918770538>
- Wahl-Jorgensen, K. (2022). Origin Stories of Local Journalism Entrepreneurs. *Journalism*, 24(10), 2118–2135. <https://doi.org/10.1177/14648849221115223>
- Waltermann, R. (2023). Arbeitnehmerstatus bei Plattformarbeit und seine Folgen. In: R. Giesen, A. Junker & V. Rieble (Hg.), *Arbeitsrechtsfragen bei Crowdworking und Plattformarbeit*, ZAAR Schriftenreihe, Band 50 (S. 15–40). ZAAR Verlag.
- Willemse, S., & Witschge, T. (2022). "Becoming Real": Professional Precarity in Entrepreneurial Journalism. In: K. Chanda & L. Steiner (Hg.), *Newwork and Precarity*, 124–133. <https://doi.org/10.4324/9781003057376>
- Wintermantel, V. (2020). Der Wert der Vielfalt: Gesellschaftliche Pluralität, Meinungsvielfalt und demokratische Legitimität. In: S. Kneip, W. Merkel & B. Wefels (Hg.), *Legitimitätsprobleme*, 255–286. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-29558-5_11
- Wunderlich, L., Hölig, S., & Hasebrink, U. (2022). Does Journalism Still Matter? The Role of Journalistic and non-Journalistic Sources in Young Peoples' News Related Practices. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 569–588. <https://doi.org/10.1177/19401612211072547>
- Zhang, Z. (2020). Infrastructuralization of Tik Tok: Transformation, Power Relationships, and Platfromization of Video Entertainment in China. *Media, Culture & Society*, 43(2), 219–236. <https://doi.org/10.1177/0163443720939452>
- Zhao, Y., Von Delft, S., Morgan-Thomas, A., & Buck, T. (2020). The Evolution of Platform Business Models: Exploring Competitive Battles in the World of Platforms. *Long Range Planning*, 53(4), 101892. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101892>

Juristische Dokumente

Bundesarbeitsgericht 1997: Urteil vom 16.01.1997, 2 AZR 98/96, juris.

Bundesarbeitsgericht 2001: Urteil vom 19.06.2001, 1 AZR 463/00, juris.

Bundesarbeitsgericht 2001, 2: Urteil vom 27.06.2001, 5 AZR 561/99, juris.

Bundesarbeitsgericht 2015: Urteil vom 20.10.2015, 9 AZR 743/14, juris.

Bundesarbeitsgericht 2018: Urteil vom 24.10.2018, 7 AZR 92/17, juris.

Bundesarbeitsgericht 2020: Urteil vom 01.12.2020, 9 AZR 102/20, NZA 2021, 552.

Europäische Kommission 2021: Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen für Plattformarbeit vom 09.12.2021, 2021/0414(COD), CELEX_52021PC0762.

Europäisches Parlament 2024: Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit. Legislative Entschließung des Europäischen Parlaments vom 24. April 2024 zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit (COM(2021)0762 – C9- 0454/2021 – 2021/0414(COD)).

Landesarbeitsgericht München 2019: Urteil vom 04.12.2019, 8 Sa I46/19, juris.

Richtlinie EU 2024/2831: Richtlinie (EU) 2024/2831 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2024 zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit.

Verordnung (EU) 2022/2065: Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste) (Digital Services Act).



© Lars Rinsdorf / Hauke Rinsdorf