

Auflösungserscheinungen traditioneller sozialer Organisationsformen, eine Zersplitterung kollektiver Gruppengefühle und eine generelle Atomisierung der Gesellschaft.<sup>16</sup> Die digitale Arbeit bettet sich also auch in diese Debatte mit ein. Diese Arbeit steht dabei allerdings auf dem Standpunkt, dass verschiedene Modi der Kapitalakkumulation, seien sie nun in der physischen oder der digitalen Welt zu verorten, lediglich Reaktionen bestimmter Kapitalien auf sich zuspitzende Krisen darstellen, die aus den nach wie vor existierenden Widersprüchen im Kapitalismus als Wirtschaftssystem existieren. Neue oder alte Kapitalismen gibt es in diesem Sinne nicht, sondern, ganz wie Gramsci klarstellt, historisch-spezifische Wege, um die fortlaufende Akkumulation von Kapital sicherzustellen. Das Zusammenspiel aus national spezifischen Bedingungen und Widersprüchen, die der kapitalistischen Produktionsweise inhärent sind, bestimmen dabei, wie diese Wege aussehen. Die grundlegenden Mechanismen bleiben dabei aber dieselben. Diese Tatsache wird häufig aber übersehen, und den Grund dafür bringt Jonas Pontusson, Professor an der Universität Genf, treffend auf den Punkt, wenn er schreibt: »[...] the [Varieties of Capitalism] literature has a great deal to say about ›varieties‹, but surprisingly little to say about ›capitalism‹.«<sup>17</sup>

## 4.2 Überwachungskapitalismus

Gerade bei der Betrachtung digitaler Arbeit kommt man um den Kapitalismus aber eben nicht herum. Wie im ersten Kapitel bereits eindrücklich gezeigt werden konnte, resultieren viele Probleme, mit denen Creator\*innen bei ihrer Arbeit auf YouTube zu kämpfen haben, aus Machtasymmetrien zwischen Plattform, Werbetreibenden und Rechteinhaber\*innen auf der einen und vereinzelter Creator\*innen auf der anderen Seite, die ganz grundlegend mit den Klassenverhältnissen des Kapitalismus und seinen Bewegungsgesetzen zusammenhängen. Im Zusammenhang mit der politischen Ökonomie des Digitalen wichtig zu erwähnen ist hier die Arbeit von Shoshanna Zuboff zu ihrem Konzept des Überwachungskapitalismus, welches sie seit 2014<sup>18</sup>

16 Hall: Brave New World, S. 24.

17 Pontusson, Jonas: Varieties and Commonalities of Capitalism, in: Coates, David (Hg.): Varieties of Capitalism, Varieties of Approaches, Basingstoke/New York 2005, S. 163 – 188, hier: S. 164.

18 Erstmals verwendet sie den Begriff in »A Digital Declaration«, einem Beitrag, der 2014 in der FAZ auf Englisch erschien. Siehe Zuboff, Shoshanna: A Digital Declaration, in:

entwickelt und propagiert, der man daher in diesem Feld auch kaum ausweichen kann.<sup>19</sup> Zuboff proklamiert den Überwachungskapitalismus als eine ebensolche Spielart des Kapitalismus und definiert ihn wie folgt:

»1. A new economic order that claims human experience as free raw material for hidden commercial practices of extraction, prediction, and sales; 2. A parasitic economic logic in which the production of goods and services is subordinated to a new global architecture of behavioral modification; 3. A rogue mutation of capitalism marked by concentrations of wealth, knowledge, and power unprecedented in human history [...].«<sup>20</sup>

Im letzten Absatz des Zitates erscheint dann auch das Wort, das für ihr Buch so prägend ist, wie vielleicht kein anderes: »unprecedented« – »beispiellos«. Es kommt in ihrem Buch insgesamt 123-mal vor. Zuboff wird nicht müde zu betonen, wie beispiellos der Überwachungskapitalismus sei, wie sehr er sich vom »alten« Kapitalismus unterscheide. Sie schreibt beispielsweise:

»One explanation for surveillance capitalism's many triumphs floats above them all: it is unprecedented. The unprecedented is necessarily unrecognizable. When we encounter something unprecedented, we automatically interpret it through the lenses of familiar categories, thereby rendering invisible precisely that which is unprecedented.«<sup>21</sup>

Beispiellos ist der »neue« Kapitalismus aus ihrer Sicht, mit alten Kategorien nicht zu denken, nicht zu fassen. Wie gelangt sie zu diesem Schluss? Sie beginnt ihre Beschreibung des Überwachungskapitalismus mit einer Beschreibung der grundlegenden Mechanismen dieser Wirtschaftsform.

---

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 15.09.2014, verfügbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/shoshan-zuboff-on-big-data-as-surveillance-capitalism-13152525.html> [17.03.2022].

19 Laut Google Scholar wurde alleine Zuboffs Hauptwerk *The Age of Surveillance Capitalism* seit seiner Veröffentlichung 2018 bis Anfang 2022 über 6.000 mal zitiert, siehe [https://scholar.google.com/scholar?hl=de&as\\_sdt=0%2C5&as\\_ylo=2014&q=the+age+of+surveillance+capitalism&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2014&q=the+age+of+surveillance+capitalism&btnG=) [23.05.2022].

20 Zuboff, Shoshana: *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York 2019, verfügbar unter: <https://we.riseup.net/assets/533560/Zuboff%2C+Shoshana.The+Age+of+Surveillance+Capitalism.2019.pdf> [16.02.2022], S. 9.

21 Ebd., S. 16.

Überwachungskapitalist\*innen haben Zuboff zufolge menschliches Verhalten als Rohstoff entdeckt, den sie für die Akkumulation von Mehrwert verwenden können. Dieser Prozess ist dabei mitnichten, wie Zuboff korrekterweise immer wieder betont, nur auf das Digitale beschränkt, sondern breitet sich zunehmend in die physische Welt aus:

»This process originated online but has spread to the real world as well [...]. If Google is a search company, why is it investing in smart-home devices, wearables, and self-driving cars? If Facebook is a social network, why is it developing drones and augmented reality? [...] [A]ctivities that appear to be varied and even scattershot across a random selection of industries and projects are actually all the same activity guided by the same aim: behavioral surplus capture.«<sup>22</sup>

Der Modus Operandi des Überwachungskapitalismus ist Zuboff zufolge simpel, aber perfide: Menschliche Erfahrung und menschliches Verhalten wird von den betreffenden Konzernen durch Algorithmen eingefangen und in Form von Vorhersagen an jene verkauft, die mit diesen Vorhersagen über menschliches Verhalten bestimmte, profitable Zwecke verfolgen können, allen voran das gezielte Schalten von auf Individuen zugeschnittener Werbung. Historisch begann dieser Prozess, laut Zuboff, bei Google, und das eher durch Zufall. Googles Suchmaschine sammelte Nutzer\*innendaten zur Verbesserung der Genauigkeit angezeigter Suchergebnisse und verwendete diese Daten zuerst auch für nichts anderes.<sup>23</sup> Durch wachsenden Konkurrenzdruck und mangelnde Profitabilität begann Google allerdings schnell, mehr Daten zu sammeln, als für das Optimieren der Suchmaschine nötig gewesen wären, und knüpfte die Suchanfragen von Nutzer\*innen an geschaltete Werbung:

»To meet the new objective, the behavioral value reinvestment cycle was rapidly and secretly subordinated to a larger and more complex undertaking. The raw materials that had been solely used to improve the quality of search results would now also be put to use in the service of targeting advertising to individual users. Some data would continue to be applied to service improvement, but the growing stores of collateral signals would be repur-

22 Zuboff: *The Age of Surveillance Capitalism*, S. 88f.

23 Ebd., S. 51.

posed to improve the profitability of ads for both Google and its advertisers.«<sup>24</sup>

Google gibt sich seitdem nicht mehr zufrieden mit von Nutzer\*innen zufällig hinterlassenen Daten, sondern schöpft explizit mehr Daten ab, als zur Optimierung der Suchmaschine benötigt werden, und verwendet diesen Datenüberschuss als das Rohmaterial in einem neuen, äußerst profitablen, digitalen Akkumulationsprozess.<sup>25</sup>

Mit Marx gesprochen ist dieser Prozess leicht zu erklären. Marx und Engels betonen in ihrem Werk, dass alle Entwicklungen im Kapitalismus das Resultat bestimmter Produktionsverhältnisse sind. Google, ein profitorientiertes Unternehmen, das zu anderen solchen Unternehmen in Konkurrenz steht, stand zu Beginn der 2000er Jahre unter wachsendem finanziellem Druck und kanalisierte diesen Druck in technische Innovation, die dem Konzern einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschafften. Die stetige Umwälzung der Produktivkräfte ist

»Gesetz für die kapitalistische Produktion, gegeben durch die beständigen Revolutionen in den Produktionsmethoden selbst, die damit beständig verknüpfte Entwertung von vorhandenem Kapital, den allgemeinen Konkurrenzkampf und die Notwendigkeit, die Produktion zu verbessern und ihre Stufenleiter auszudehnen, bloß als Erhaltungsmittel und bei Strafe des Untergangs.«<sup>26</sup>

Diese Gesetze werden allen Beteiligten, auch den Kapitalist\*innen, zu einem, wie Marx sagt, »äußerlichen Zwangsgesetz«.<sup>27</sup> Technologische Neuerungen und Veränderungen im Produktionsprozess sind also nicht das Resultat willkürlicher Akte menschlicher Innovation, sondern – ganz wie Zuboff eigentlich selbst beschreibt, wenn sie von Googles finanzieller Notlage spricht, aus der die Verwertung von Nutzer\*innendaten zu Werbezwecken ein Ausweg war – das Resultat ökonomischer Zwänge der kapitalistischen Konkurrenz. Diese Formen der Innovation werden zum Überleben des Kapitals in der Konkurrenz notwendig:

---

24 Zuboff: *The Age of Surveillance Capitalism*, S. 55.

25 Ebd., S. 59.

26 Marx, Karl/Engels, Friedrich (Hg.): *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie* (Bd. 1), in: Marx, Karl/Engels, Friedrich: *Marx-Engels-Werke* (Bd. 23), Ost-Berlin 1962, S. 254f.

27 Ebd., S. 286.

»[Google's founders] had been reluctant to embrace advertising, but as the evidence mounted that ads could save the company from crisis, their attitudes shifted. Saving the company also meant saving themselves from being just another couple of very smart guys who couldn't figure out how to make real money, insignificant players in the intensely material and competitive culture of Silicon Valley.«<sup>28</sup>

An dieser Stelle aber beginnt Zuboff, trotz eigens vorgebrachter Argumente für das Gegenteil, den Überwachungskapitalismus zu einer Art Verschwörung einziger weniger, bewusst handelnder Firmenchefs zu erklären, die mit den inneren Gesetzmäßigkeiten des Kapitalismus nichts zu tun hätte und außerhalb dieser stehe:

»[...] surveillance capitalism was invented by a specific group of human beings in a specific time and place. It is not an inherent result of digital technology, nor is it a necessary expression of information capitalism. It was intentionally constructed at a moment in history, in much the same way that the engineers and tinkerers at the Ford Motor Company invented mass production in the Detroit of 1913.«<sup>29</sup>

Der in diesem Zitat angesprochene Vergleich mit Henry Ford läutet dann ein Muster ein, das sich in Zuboffs Analyse häufiger wiederholt, nämlich das Gegenüberstellen des »schlechten« Überwachungskapitalismus mit einem vermeintlich »guten«, auf wechselseitigen Nutzen zwischen Kapital und Konsument\*innen ausgerichteten Kapitalismus, für den Ford als Vorbild herhalten muss. So schreibt sie beispielsweise:

»[...] I conclude that surveillance capitalism departs from the history of market capitalism in surprising ways, demanding both unimpeded freedom and total knowledge, abandoning capitalism's reciprocities with people and society [...]. Surveillance capitalism and its rapidly accumulating instrumental power exceed the historical norms of capitalist ambitions, claiming dominion over human, societal, and political territories that range far beyond the conventional institutional terrain of the private firm or the market.«<sup>30</sup>

---

28 Zuboff: *The Age of Surveillance Capitalism*, S. 60.

29 Ebd., S. 61.

30 Ebd., S. 22.

Ausgerechnet Henry Ford, auf den sich bereits Gramsci bezog, dient ihr dabei als der Archetyp eines Kapitalisten, der technische Innovationen nicht etwa deshalb einführt, um seine eigene Fähigkeit zur Akkumulation von Mehrwert zu Ungunsten der Konkurrenz zu optimieren, sondern um die, wie Zuboff es nennt, »Gegenseitigkeiten« (reciprocities) zwischen Kapitalismus und Gesellschaft zu vertiefen. Sie wird dabei deutlich, wenn sie schreibt:

»It is important to note the vital differences for capitalism in these two moments of originality at Ford and Google. Ford's inventions revolutionized production. Google's inventions revolutionized extraction and established surveillance capitalism's first economic imperative: the extraction imperative. [...] Ford's invention deepened the reciprocities between capitalism and these populations. In contrast, Google's inventions destroyed the reciprocities of its original social contract with users.«<sup>31</sup>

Zuboff offenbart mit dieser bizarr anmutenden Gegenüberstellung ein fundamentales Missverständnis über die grundlegenden Funktionsweisen der kapitalistischen Produktionsweise. Sie kontrastiert eine angeblich »gesunde« kapitalistische Produktion bei Ford, die technische Innovation lediglich deshalb einführt, weil sie ein wie auch immer geartetes existierendes gesellschaftliches Bedürfnis zu befriedigen sucht, mit Googles technischen Innovationen aus »selbstsüchtigen« Motiven nach mehr Profit. So wird aus einem Monopolkapital, das unter dem Konkurrenzdruck seiner Zeit die Produktionsverhältnisse umwarf, um mehr Profit zu generieren und so die Konkurrenz zu übertrumpfen, eine vermeintlich vorbildhafte Blaupause für einen »gesunden« Kapitalismus – der trotz allem ebenso auf Ausbeutung von Arbeit<sup>32</sup> und der künstlichen Schaffung von zu befriedigendem Bedürfnis<sup>33</sup>

31 Zuboff: *The Age of Surveillance Capitalism*, S. 62.

32 Bereits im vorigen Kapitel wurde die von Gramsci gemachte Beobachtung beschrieben, dass die von Ford gezahlten vergleichsweise hohen Löhne kaum Arbeiter zu langfristiger Tätigkeit verleiten konnte. Die völlig dem Takt des Fließbandes unterworfenen Arbeiter in der Highland Park Fabrik von Ford in Detroit war, nach Aussagen von Zeitzeugen wie Charles Madison, der seine Arbeit bei Ford nur für etwa eine Woche aushielt, »a rancorous memory – a form of hell on earth that turned human beings into driven robots.« (zitiert nach: Nye, David: *America's Assembly Line*, Cambridge/London 2013, S. 102).

33 Anders als Zuboff behauptet, existiert das Bedürfnis der Konsument\*innen nach massenproduzierten Automobilen nicht von Natur aus, sondern wurde durch eine massive Werbekampagne der Ford Motor Company erst geschaffen: »[Ford] hat es verstanden,

fußt –, den Zuboff gegen Google als eine »ungesunde« Form von Ausbeutung ausspielen kann. Was gemäß Marx ein Irrtum ist, denn

»[n]ur als Personifikation des Kapitals ist der Kapitalist respektabel. [...] [D]ie Entwicklung der kapitalistischen Produktion [macht] eine fortwährende Steigerung des in einem industriellen Unternehmen angelegten Kapitals zur Notwendigkeit, und die Konkurrenz herrscht jedem individuellen Kapitalisten die immanenten Gesetze der kapitalistischen Produktionsweise als äußere Zwangsgesetze auf. Sie zwingt ihn, sein Kapital fortwährend auszudehnen, um es zu erhalten, und ausdehnen kann er es nur vermitteltst progressiver Akkumulation.«<sup>34</sup>

Und diese progressive Akkumulation macht in bestimmten Kontexten technische Neuerungen und die Erschließung neuer Märkte notwendig, wenn alte Märkte und alte Formen der Produktion erschöpft sind. Zuboff erkennt diese grundlegende Funktionsweise der kapitalistischen Produktion, weshalb sich ihre Analyse des digitalen Kapitalismus in Plattituden erschöpft, während sie gleichzeitig fortwährend behauptet und immer wieder betont, einen »neuen« Kapitalismus entdeckt zu haben, obwohl dieser – teilweise laut ihrer eigenen Schilderungen – grundlegend genauso funktioniert wie der »alte« Kapitalismus auch. Die bizarren Vergleiche hören hier aber bei weitem nicht auf. Nicht nur ist Googles Umwälzung der Produktivkräfte etwas beispiellos Neues, nein, dass die Firma Konsument\*innen für den eigenen Profit ausbeutet und darüber die Unwahrheit sagt, ist es auch:

»The intentional work of hiding naked facts in rhetoric, omission, complexity, exclusivity, scale, abusive contracts, design, and euphemism is another factor that helps explain why during Google's breakthrough to profitability, few noticed the foundational mechanisms of its success and their larger significance.«<sup>35</sup>

---

auf der einen Seite durch seinen psychologisch wohldurchdachten und großzügig ausgebauten Propagandafeldzug das Bedürfnis nach einem schnellen Verkehrsmittel in den breitesten Schichten zu wecken und auf der anderen Seite durch einen zweckentsprechenden produktions- und konstruktionstechnischen Ausbau seiner Herstellungsverfahren die Möglichkeit seiner weitestgehenden Befriedigung zu schaffen.« (Witte, Irene: Taylor – Gilberth – Ford. Gegenwartsfragen der amerikanischen und europäischen Arbeitswissenschaft, Oldenburg 2019, S. 56)

34 Marx/Engels: Das Kapital (Bd. 1), S. 620.

35 Zuboff: The Age of Surveillance Capitalism, S. 64.

Auf derselben Seite bringt sie Beispiele dafür an, wie in der IT-Branche durch Begriffe wie »digital exhaust« für Nutzer\*innendaten deren Bedeutung für Unternehmen wie Google verschleiert werden sollen.<sup>36</sup> Zu behaupten, dass das Verschleiern von Wirtschaftspraktiken mit gravierenden Folgen für Angestellte und/oder Konsument\*innen allerdings etwas Neues, geschweige denn »Beispielloses« sei, wie Zuboff es stets behauptet, ist mehr als fragwürdig. Alleine in der neoliberalen Postindustrie gibt es dutzende Euphemismen und Synonyme für solche Prozesse, bspw. die vielbeschworene »Job-Flexibilität«, hinter der sich für Angestellte ein psychisch belastender Zustand von anhaltender Job-Unsicherheit verbirgt, oder ein »headcount readjustment«, das das Zurechtstutzen einer Abteilung durch Massentlassungen in vertechnisierte Sprache zu hüllen sucht.<sup>37</sup> Selbst Marx und Engels beschreiben diesen Prozess der Verschleierung von kapitalistischen Realitäten mittels Sprache bereits zu ihrer Zeit. So schreibt Engels im Vorwort zur dritten Auflage des ersten Kapital-Bandes bspw.:

»Es konnte mir nicht in den Sinn kommen, in das »Kapital« den landläufigen Jargon einzuführen, in welchem deutsche Ökonomen sich auszudrücken pflegen, jenes Kauderwelsch, worin z.B. derjenige, der sich für bare Zahlung von andern ihre Arbeit geben läßt, der Arbeitgeber heißt, und Arbeitnehmer derjenige, dessen Arbeit ihm für Lohn abgenommen wird.«<sup>38</sup>

»Kauderwelsch«, welches freilich mittlerweile so gängig ist, dass es nicht nur seinen Weg in juristische Definitionen gefunden hat<sup>39</sup>, sondern allgemein nicht mehr hinterfragt wird. Wenn man also, wie Zuboff, diese Tendenzen beschreibt, die marx'sche Analyse der kapitalistischen Produktionsweise aber außer Acht lässt, die von ihm formulierten, grundlegenden Bewegungsgesetze des Kapitalismus ignoriert, dann verwundern absurde Schlussfolgerungen wie diese wenig:

36 Zuboff: The Age of Surveillance Capitalism, S. 64

37 vgl. Pop, Anamaria-Mirabela: Doublespeak and Euphemisms in Business English, in: Dodescu, Anca et al.: Annals of the University of Oradea: Economic Science (1/2010), Oradea 2010, S. 121 – 126.

38 Marx: Das Kapital (Bd. 1), S. 34.

39 Vgl. bspw. BGB § 611a, Abs. 1. Hier wird als Arbeitnehmer definiert, wer »im Dienste eines anderen zur Leistung weisungsgebundener, fremdbestimmter Arbeit in persönlicher Abhängigkeit verpflichtet« ist.

»Surveillance capitalism's successful claims to freedom and knowledge, its structural independence from people, its collectivist ambitions, and the radical indifference that is necessitated, enabled, and sustained by all three now propel us toward a society in which capitalism does not function as a means to inclusive economic or political institutions. Instead, surveillance capitalism must be reckoned as a profoundly antidemocratic social force.«<sup>40</sup>

Obwohl es stimmt, dass der Kapitalismus im Digitalen die eigentlich vorhandenen Möglichkeiten zur Partizipation und zum Austausch, die das Internet bietet, gefährdet, handelt es sich hier keineswegs um eine Anomalie. Das Kapital war selten eine demokratische Macht. Demokratische Partizipationsrechte wurden historisch an fast allen Stellen nicht *durch* den Kapitalismus durchgesetzt, sondern *gegen* ihn. Der Überwachungskapitalismus ist antidemokratisch, ja, er baut auf der fortlaufenden Entrechtung nicht-besitzender Menschen auf, ja, aber er reiht sich damit lediglich nahtlos ein in den Kapitalismus an sich, wie er schon immer war und immer sein wird, denn auf ebenjener Entrechtung und Ausbeutung beruht jeder Kapitalismus, ob digital oder analog, und demokratische Rechte müssen ihm abgerungen werden, anstatt dass sie durch ihn entstehen würden. Das liegt schon allein deshalb auf der Hand, weil beide Systeme – Kapitalismus und Demokratie – auf völlig gegensätzlichen Logiken beruhen:

»The basic logics of capitalism and democracy are fundamentally different and lead to considerable tension between the two. Both have different claims to legitimacy: unequally distributed property rights on the one side, equal civic rights on the other. Within these claims to legitimacy, different procedures prevail: profit-oriented trade within capitalism, debate and majority decision-making within democratic politics. Capitalist activities clearly aim to facilitate the selfish seeking behavior of particularistic advantages [...]. The realization of the common good is the aim of democratic politics [...].«<sup>41</sup>

Der Überwachungskapitalismus ist hier also keine Ausnahme, er erweitert lediglich die Ausdehnung der Kapitallogik in neue, immer persönlichere Kreise, aber selbst dieses Verlangen nach Ausbreitung der Kapitallogik auf ihr vorher

40 Zuboff: The Age of Surveillance Capitalism, S. 319.

41 Merkel, Wolfgang: Is capitalism compatible with democracy?, Wiesbaden 2014, S. 5f.

nicht unterworfenen Lebensbereiche ist nicht neu oder, um bei Zuboff zu bleiben, »beispiellos«, sondern grundlegende kapitalistische DNA. Genau aus diesem Grund gilt es dann eben auch zu betonen, »dass jemand, dem die Analyse von Medien und Kommunikation am Herzen liegt, viele Gründe hat, sich mit Marx auseinanderzusetzen.«<sup>42</sup>

Genau das soll im nächsten Kapitel geschehen, bevor dann über die grundlegend auf Marx fußende Digital Labour Theory der Bogen wieder zurück zum Digitalen und zu YouTube geschlagen wird.

---

42 Fuchs: Soziale Medien und Kritische Theorie, S. 35.

