

Prof. Dr. Jürgen Beyer, Universität Hamburg

Die Digitalisierung der Wirtschaft und die Grenzen des Post-Nationalen

**Vorschlag für die Frühjahrstagung der Sektion Wirtschaftssoziologie
„Ökonomischer Nationalismus? Nation und Nationalismus in der soziologischen
Analyse wirtschaftlicher Ordnungen“, 01./02.06.2018, Universität Graz**

Die Digitalisierung gilt als Auslöser eines radikalen gesellschaftlichen Strukturwandels. Es wird beispielsweise erwartet, dass zunehmend mehr ökonomische Aktivitäten erfolgreich auf digitale Märkte verlagert werden. Digitale Märkte werden i.d.R. von Plattformunternehmen organisiert, die dafür sorgen, dass die allgemein auftretenden Wert-, Wettbewerbs- und Kooperationsprobleme von Märkten (Beckert 2009) auf spezifische Weise bearbeitet und gemindert werden. Einerseits geschieht dies durch eine Ausdifferenzierung des Wettbewerbs zwischen Plattformen und innerhalb der Plattformen. Andererseits ermöglichen umfangreiche Bewertungssysteme, Maßnahmen zur Erhöhung des Systemvertrauens, die Sortierung des Warenangebots und die Nutzung umfangreicher Kundendaten (Big Data) eine erfolgreiche Koordination auf diesen Märkten (Kirchner/Beyer 2016).

Die Organisation von Märkten (Ahrne/Aspers/Brunsson 2015), die von Plattformunternehmen betrieben wird, gerät dabei häufig in Konflikt mit bestehenden nationalstaatlichen Regulierungen bzw. löst Diskussionen über Regulierungsbedarf aus. In Deutschland kam es etwa zu Konflikten mit dem Zweckentfremdungsgesetz zur Regelung der Wohnraumnutzung (Airbnb), dem Personenbeförderungsgesetz (Uber) oder dem Patent- (Druckerpatronen Amazon), Marken- und Werberecht (Birkenstock/Amazon). Die Konflikte zeigen, dass die Organisation von Märkten durch Plattformen *zum einen* als mögliches post-nationales funktionales Äquivalent einer staatlichen Regulierung angesehen werden kann. Die spezifische Organisation von Märkten durch Plattformen wird von Kunden und Anbietern zuweilen auch dann noch als legitim und sinnvoll wahrgenommen, auch wenn rechtliche Konflikte längst offenbar wurden. Die Konflikte treten typischerweise auch nationenspezifisch auf, weil je nach nationalem Kontext unterschiedliche Aspekte in Widerspruch mit der Gesetzgebung treten können.

Die Konflikte zeigen *zum anderen* aber auch, dass es Grenzen des Post-Nationalen gibt, weil die Konflikte nur zum Teil zugunsten der Plattformanbieter ausgehen. Mehrfach wurde zwar die Gesetzgebung so angepasst, dass Plattformen ihr Geschäftsmodell weiter betreiben können. Zuweilen werden der Organisation von Märkten durch Plattformen aber auch Grenzen gesetzt. Besonders spektakulär war in dieser Hinsicht der gerichtlich erzwungene Rückzug von UberPop aus Deutschland.

Der Beitrag diskutiert die Möglichkeiten einer post-nationalen Organisation von Märkten durch Plattformen aus wirtschaftssoziologischer Perspektive. Rückgriff wird hierbei auf Neil Fligsteins Feld-Theorie und Jens Beckerts Theorie der sozialen Ordnung von Märkten genommen. Anhand empirischer Beispiele werden die Grenzen des Post-Nationalen aufgezeigt und verschiedene Hypothesen zum Auftreten der Grenzen geprüft.

Kontakt:

Prof. Dr. Jürgen Beyer
Universität Hamburg
Allende-Platz 1
20146 Hamburg
juergen.beyer@uni-hamburg.de