

Technische Universität München
Lehrstuhl für Soziologie

Selbstständige Medienschaffende in der Netzwerkgesellschaft

Gerlinde Vogl

Vollständiger Abdruck der von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität München zur Erlangung des akademischen Grades eines

Doktors der Philosophie

genehmigten Dissertation.

Vorsitzende: Univ.-Prof. Dr. Karin Zachmann

Prüfer der Dissertation:

1. Univ.-Prof. Dr. Rainer Trinczek
2. Univ.-Prof. Dr. Hans J. Pongratz,
Ludwig-Maximilians-Universität
München

Die Dissertation wurde am 30. Oktober 2006 bei der Technischen Universität München eingereicht und durch die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften am 9. Mai angenommen.

INHALT

Vorwort	1
1 Einleitung	3
1.1 Fragestellung	4
1.2 Aufbau der Arbeit.....	6
2 Kapital und Arbeit im vernetzten Kapitalismus	9
2.1 Mobilität zwischen Freiheit und Risiko	15
2.2 Virtuelle Mobilität: Beweglichkeit ohne Bewegung	19
2.3 Virtuelle Macht und kollektive Ohnmacht?.....	21
3 Netzbasierte Kommunikation	28
3.1 Entwicklung netzbasierter Kommunikation.....	28
3.2 Netzbasierte Kommunikation: Alles Neu?	33
3.3 Dimensionen netzbasierter Kommunikation	36
3.3.1 Synchroner netzbasierter Kommunikation.....	37
3.3.2 Asynchroner netzbasierter Kommunikation.....	37
4 Empirische Studien zu netzbasierter Kommunikation	42
4.1 Bedeutungsverlust des Raumes?	44
4.2 Mehr Demokratie und Partizipation?	51
4.3 Neue Vergemeinschaftungsformen?	54
5 Netzwerke: Kulturtechnik der Moderne	58
5.1 Von der Gemeinschaft zum Netzwerk	61
5.2 Networked individualism	64
5.3 Das Internet als Instrument für Gegen-Herrschaft?.....	66
5.4 Virtuelle Netzwerke als soziales Kapital.....	70
5.5 Netzwerke – eine neue Form kollektiven Handelns?.....	74
6 Methodologie und Methode	80
6.1 Forschungsansatz und Forschungsfragen	80
6.2 Sozio-materielle Netzwerkanalyse.....	82
6.3 Das Forschungsdesign	84
6.3.1 Leitfadengestützte Interviews.....	86
6.3.2 Qualitative Inhaltsanalyse der Mailingliste	88
6.3.3 Experteninterviews	90
6.3.4 Kontextanalyse	91
6.4 Sampling und Materialauswahl.....	92
6.4.1 Auswahl der Interviewpartner	93
6.4.2 Auswahl der Mailingliste	94

6.5	Auswertung	96
6.5.1	Auswertung der Interviews.....	96
6.5.2	Auswertung der Mailingliste	98
6.6	Typenbildung	100
7	Selbstständige in der Medienwirtschaft	103
7.1	Die Medienwirtschaft zwischen struktureller und konjunktureller Krise.....	103
7.2	Selbstständige in der Medienwirtschaft.....	107
7.2.1	Von „alter“ zu „neuer“ Selbstständigkeit	109
7.2.2	Freie Berufe und neue Selbstständigkeit	113
7.2.3	Fazit: Entgrenzungs- und Angleichungsprozesse.....	117
8	Solo-Selbstständige vernetzt.....	123
8.1	Wege in die Selbstständigkeit	123
8.1.1	Die klassischen Selbstständigen	124
8.1.2	Die Ungeplanten	125
8.1.3	Die Zwangsselbstständigen	127
8.1.4	Die Wagemutigen	128
8.1.5	Fazit: Selbstständigkeit zwischen Chance und Risiko	129
8.2	Ökonomische, räumliche und soziale Rahmenbedingungen	132
8.2.1	Auftraggeber	132
8.2.2	Arbeitsort	135
8.2.3	Arbeit und Leben	137
8.2.4	Mobilitätsanforderungen	140
8.2.5	Ökonomische Situation	143
8.2.6	Soziale Sicherung	146
8.2.7	Fazit: Differenzierte Interessenlagen.....	148
8.3	Typologie der Internetnutzung.....	150
8.3.1	Investigator	152
8.3.2	Communicator	155
8.3.3	Virtual Networker.....	160
8.3.4	Networked Individualist	163
8.3.5	Fazit aus der Typenbildung	167
8.4	Mailinglisten für Selbstständige	169
8.4.1	Mailingliste zum Urhebervertragsrecht	171
8.4.2	Der Konflikt um das Urhebervertragsrecht	172
8.4.3	Konfliktphasen	176
8.4.4	Möglichkeiten und Grenzen einer Politik durch Kommunikation ..	186
9	Resümee und Ausblick	198
10	Literatur	206

Vorwort

Die vorliegende Dissertation entstand im Rahmen des Sonderforschungsbereiches 536 „Reflexive Modernisierung“. Im Teilprojekt B3 „Mobilitätsspioniere“, dem diese Arbeit zuzuordnen ist, wurde theoretisch und empirisch der Frage nachgegangen, wie sich das Verhältnis von sozialer und geographischer Mobilität unter der Bedingung zunehmender Virtualisierung des Sozialen darstellt. Forschungsleitende These war, dass sich der Zusammenhang zwischen geografischer und sozialer Mobilität – für die in der ersten Moderne ein Zusammenhang konstatiert wurde – auflöst. Mobilität wird dabei nicht auf das Verhältnis von geographischer und sozialer Mobilität reduziert, sondern als Konstellationen von Bewegung und Beweglichkeit in sozialen, topografischen und technologischen Netzwerken aufgefasst. Prozesse der Virtualisierung und Digitalisierung beeinflussen maßgeblich die Veränderungen, denen Bewegung und Beweglichkeit in der Netzwerkgesellschaft unterworfen sind. So ermöglichen neue Informations- und Kommunikationstechnologien soziale Beweglichkeit jenseits geografischer Bewegung, die als virtuelle Mobilität konzeptualisiert wird.

In der vorliegenden Arbeit steht die Erforschung der virtuellen Mobilität von selbstständigen Medienschaffenden im Zentrum. Zentrale Fragestellung der Arbeit ist, welche Funktion virtuelle Netzwerke für Solo-Selbstständige haben und ob sie durch die Nutzung virtueller Netzwerke Gestaltungschancen realisieren können, bzw. sich ein gemeinschaftliches oder kollektives Handeln organisieren lässt. Empirische Basis sind problemzentrierte Interviews sowie die Inhaltsanalyse ausgewählter Mailinglisten.

Die vorliegende Arbeit wäre ohne die Unterstützung von Kollegen und Freunden unter deutlich schwierigeren Bedingungen zustande gekommen.

Mein ganz besonderer Dank gilt zunächst meinem Doktorvater Prof. Rainer Trinczek, für seine Betreuung und motivierende Unterstützung sowie meinem Zweitgutachter Prof. Hans Pongratz.

Ein wichtiger Diskussionskontext war für mich das Hans-Böckler-Kolleg „Arbeit-Gender-Technik“ in München. Als assoziiertes Mitglied konnte ich an den Diskussionen und Veranstaltungen des Kollegs teilnehmen und den Fortgang meiner Arbeit in regelmässigen Abständen vorstellen und diskutieren. Hierfür danke ich allen Kolleginnen und Kollegen des Kollegs.

Persönlich bedanken möchte ich mich bei vielen Freunden, die mich während meiner Dissertationszeit immer wieder bereitwillig unterstützt haben und deren Geduld ich oft strapaziert habe.

Mein ganz besonderer Dank gilt hierbei meinem langjährigen Kollegen und Freund Sven Kesselring. Seine konstruktiven Diskussionen und analytischen Bemerkungen haben meine Arbeit stark geprägt. Darüber hinaus hat er mir in Zeiten der Verzweiflung immer wieder Mut gemacht und meine schlechte Laune über Monate hinweg ertragen.

Meinem Lebensgefährten Gerd Nies, der nie müde wurde zu allen erdenklichen Zeiten und Orten mit mir zu diskutieren und immer für mich da war, wenn es nötig war, danke ich von Herzen.

Nicht zuletzt gilt mein Dank all meinen Interviewpartnern, die mir ihre Zeit schenkten und ohne deren Interviewbereitschaft diese Arbeit nicht möglich gewesen wäre.

1 Einleitung

Die Medienwirtschaft ist ein Trendsektor der Entgrenzung (Mayer-Ahuja/Wolf 2005), in dem die Zukunft der Arbeit bereits angekommen ist: Befristete Beschäftigung, der Wechsel von abhängiger und selbstständiger Arbeit, sowie flexibilisierte Arbeitszeiten sind dort bereits Realität (vgl. Eikhof/Haunschild 2004). Zudem gilt die Medienwirtschaft als Leitbranche und Vorreiter sozioökonomischer Strukturveränderungen,

„indem sie institutionelle Formen der kreativen Produktion, der zwischenbetrieblichen Arbeitsteilung und räumlichen Organisationsbeziehungen sowie der Kreuz- und Quer-Vermarktung von neuen Produkten in immer kürzeren Zyklen hervorbringt, die künftig viele Zweige gesellschaftlicher Arbeit prägen werden.“ (Krätke 2002: 8)

Ein Produkt dieser strukturellen Veränderungen sind die neuen Selbstständigen,¹ die vielfach als die Pioniere der künftigen Arbeitswelt angesehen und von der Politik als wirksames arbeitsmarktpolitisches Instrument zur Bekämpfung von Arbeitslosigkeit propagiert werden. Sie sind, ausgestattet mit Eigenverantwortung und Risikobereitschaft, zu einem Symbol für die mobile und flexible Gesellschaft geworden. Viele Selbstständige wagen den Sprung in die Selbstständigkeit, um der engen Strukturierung einer abhängigen Beschäftigung zu entgehen; doch sie sehen sich selbst oft in erzwungener Unabhängigkeit, sozialer Unsicherheit und harter Konkurrenz. Der in der arbeitssoziologischen Debatte heftig diskutierte Typus des Arbeitskraftunternehmers (vgl. Voß/Pongratz 1998) ist in der Medienwirtschaft bereits Normalität. Der Anteil der Selbstständigen ist hier deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft (vgl. Rehberg/Stöger 2004), bei Künstlern und Publizisten liegt die Selbstständigenquote beispielsweise bei 35 % (vgl. Gesterkamp 2003). Die neue Selbstständigkeit ist damit eine relevante und von einem heute bereits hohen Niveau weiter wachsende Beschäftigtenkategorie. Ein überproportionaler Zuwachs ist dabei im Bereich der Selbstständigen ohne Mitarbeiter, den so genannten Solo-Selbstständigen zu verzeichnen (vgl. Leicht/Philipp 2005). Bezogen und reduziert auf die Vermarktung der eigenen Arbeitskraft sind sie Protagonisten einer flexibilisierten Arbeitswelt und zunehmender Individualisierung in unserer Gesellschaft.

¹ Der Begriff der „neuen Selbstständigen“ ist zwar im politischen Diskurs gebräuchlich, aber nicht eindeutig definiert und wissenschaftlich wenig brauchbar. Er wird im Folgenden lediglich zur (abgekürzten) Bezeichnung des Phänomens der Ausdehnung selbstständiger Tätigkeitsformen über den Bereich Freier Berufe hinaus.

Das Modell selbstständiger Arbeit hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten (nicht nur) in der Medienwirtschaft ausgeweitet und dabei seinen Charakter verändert: In einer Netzwerkökonomie, die sich durch überbetriebliche Kooperationen auszeichnet, verlieren die Konturen zwischen abhängiger und selbstständiger Arbeit zunehmend an Schärfe. Netzwerktechnologien erlauben den erweiterten Einsatz von Selbstständigen, was die Beschäftigung von Selbstständigen zu einer Form der Arbeitsorganisation werden lässt. Damit verschwimmen die Grenzen zwischen frei und abhängig beschäftigt, was sowohl zu Entgrenzungs- als auch zu Angleichungsprozessen führt (vgl. Kesselring/Vogl 2002). Zumeist kaum oder nur unzureichend in die institutionalisierten Formen der traditionellen „Normal“- Erwerbsarbeit integriert, bewegen sich die Solo-Selbstständigen auf einem „Kontinuum von Privilegierung und Prekarität“ (Gottschall/Betzelt 2001: 12). Ohne den Rückhalt und die Sicherheit eines Kammersystems haben sie es aufgrund ihrer oftmals vereinzelter Arbeitssituation und ihrer geringen Verhandlungsmacht gegenüber den Auftraggebern schwer, Gruppenidentität stiftende Organisationsformen zu entwickeln, die dazu verhelfen können, ihre Arbeits- und Lebensbedingungen zu verbessern. Eingebunden in die medialen Wertschöpfungsketten, erscheinen sie als Protagonisten der Netzwerkgesellschaft, in der neue Formen der Solidarität erst noch gefunden werden müssen (vgl. Heuser 1996: 88). Netzwerken kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Für Selbstständige in der Medienwirtschaft haben sie zumindest zwei Bedeutungen. Zum einen beruhen die Arbeitsmärkte von Selbstständigen auf Netzwerkstrukturen, die zwar offener und flexibler, aber auch riskanter sind als Arbeitsmärkte von traditionellen Freien Berufen, die institutionell geregelt sind (vgl. Haak 1999).² Zudem dient das Netz oftmals als „Ort“ der eigenen Präsenz auf dem Arbeitsmarkt. Zum anderen haben Netzwerke die Funktion soziale Kontakte zu halten und damit der individualisierten und räumlich entgrenzten Arbeitssituation entgegenwirken zu können. Hier können für große Teile der Selbstständigen die längst zur Normalität gehörenden elektronischen, netzbasierten Arbeitsmittel eine bedeutsame Rolle spielen.

1.1 Fragestellung

Die vorliegende Arbeit verfolgt das Ziel, die Bedeutung virtueller Netzwerke für die kollektive und individuelle Interessenvertretung von Solo-Selbstständigen in der Medienwirtschaft auszuloten. Vor dem Hintergrund zunehmender Individualisierung in Arbeitsprozessen ist dieses Thema höchst bedeutsam. Viele Selbststän-

² Bei den Freien Berufen regeln die Kammern die Bedingungen der Berufsausübung sowie Zugangsbegrenzungen, die zu einem gewissen Grade als Konkurrenzschutz dienen. Allerdings lassen sich auch diesen Bereich Entgrenzungs- und Auflösungstendenzen ausmachen, die jedoch in der vorliegenden Arbeit unberücksichtigt bleiben (müssen).

dige arbeiten zu Hause, sie verfügen über keinen gemeinsamen Ort, wie den Betrieb, an dem sie sich ohne eigenes Zutun begegnen können. Unter diesen Bedingungen steigt die Bedeutung netzbasierter Kommunikation. In individualisierten Gesellschaften kann sie unter Umständen an die Stelle der physischen Bewegung (z. B. an den gemeinsamen Arbeitsort) treten und virtuelle Formen der Interaktion und des sozialen Verkehrs ermöglichen.

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen des Projektes Mobilitätspioniere, das ein Teilprojekt des Sonderforschungsbereiches 536 Reflexive Modernisierung (vgl. www.sfb536.mwn.de) war. Im Projekt der Mobilitätspioniere wurde die Verknüpfung von geographischer und sozialer Mobilität, die für die Erste Moderne typisch war, in Frage gestellt. Die Gleichzeitigkeit von Bewegung und Beweglichkeit in der Zweiten Moderne wird insbesondere durch neue Technologien aufgesprengt (vgl. Bonß/Kesselring u.a. 2004).

Die zentrale Frage der vorliegenden Arbeit ist, ob und wie sich solidarisches und kollektives Handeln durch netzbasierte Kommunikation (abgekürzt CMC³) organisieren und realisieren lässt und welche Bedeutung dabei konkreten Orten zukommt. Um die Fragestellung am empirischen Gegenstand zu verdeutlichen: Es geht um die Relevanz netzbasierter Kommunikationsformen für Solo-Selbstständige und um die Frage, ob virtuelle Vernetzung ein hilfreiches Instrument sein kann, jenseits der individualisierten Arbeitssituation neue Formen von Sozialität oder sogar Solidarität herzustellen. Im Gegensatz zu Festangestellten sind Selbstständige aufgrund ihrer individualisierten Arbeitssituation und mangelnder betrieblicher Einbindung über klassische gewerkschaftliche Kommunikationswege kaum erreichbar. Ansprechbar sind sie aber über die neuen Kommunikationstechnologien, die meist auch ihr alltägliches Arbeitsmittel sind. Aber kann man sie darüber auch mobilisieren und lassen sich solidarisierende Effekte erreichen?

Empirische Basis sind Interviews mit Solo-Selbstständigen aus der Medienwirtschaft, mittels derer die Relevanz netzbasierter Kommunikation rekonstruiert wurde. Dabei wurden die sozialen und virtuellen Netzwerke der Selbstständigen erhoben und hinsichtlich der Frage von Interessenhandeln im virtuellen Raum analysiert. Eine weitere wichtige Datenbasis bilden Mailinglisten. Im Bereich der Medienschaffenden gibt es eine Reihe von Mailinglisten und Newsletter, die Selbstständige miteinander vernetzen und konkrete Unterstützungsleistungen⁴ anbieten. In die Auswertung gelangte letztendlich eine Mailingliste zum Urheber-

³ Computer Mediated Communication

⁴ Z. B. bei Fragen der Techniknutzung, Erfahrungen mit bestimmten Technologien, des Umgangs mit Auftraggebern, Honorar- und Versicherungsfragen usw.

vertragsrecht, das zum 01.07.2002 in Kraft trat. Gegenstand dieser Gesetzesnovellierung ist eine Verbesserung der Verwertungsbedingungen für Autoren und andere Urheber. Ein Beispiel zum besseren Verständnis: Verkauft ein Journalist einen Artikel an einen Verlag, der ihn abdruckt, zugleich aber auch für die Onlineausgabe verwerten möchte, so fällt ein Honorar sowohl für die Printausgabe als auch für die Onlineausgabe an. Dies wollten einige große Verlage verhindern und boten den Autoren bereits im Vorfeld der Gesetzesänderung veränderte Verträge an, in denen sie mit dem Verkauf eines Werkes auf alle weiteren Rechte verzichten sollten. In diesem Zusammenhang entstand eine Mailingliste, um zu diskutieren, wie man sich gegenüber dem Verlag verhalten soll und ob ein gemeinsames Vorgehen als sinnvoll erscheint, um sich weiterhin das Recht auf Mehrfachverwertung zu sichern. Am Beispiel dieser Mailingliste lassen sich die Chancen und Risiken netzbasierten Interessenhandelns exemplarisch verdeutlichen.

1.2 Aufbau der Arbeit

Zur Bearbeitung der Forschungsfrage werden im ersten Teil, dem Theorieteil, zunächst gesellschaftstheoretische Ansätze vorgestellt, die „das Ende des Kapitalismus, wie wir ihn kennen“ (Altvater 2005) in ihren Auswirkungen hinsichtlich der Triade Mobilität - Arbeit - Technik beschreiben und analysieren (Kap. 2). Hierzu wird die entsprechende theoretische und empirische Literatur zurate gezogen, wobei der Schwerpunkt auf der gesellschaftlichen Bedeutung von Netzwerktechnologien liegt. Zentral sind dabei die Arbeiten von Bauman (2003) und Castells (2001), die beide auf eine zunehmende Verflüssigung sozialer Tatbestände verweisen. Veränderungen im Verhältnis zwischen Kapital und Arbeit durch zunehmende Mobilitätsanforderungen gehen Boltanski und Chiapello (2003) nach. Die Autoren beschreiben den räumlich und sozial mobilen Menschen als denjenigen, der dem Idealtypus des neuen Kapitalismus am besten entspricht. Wer erfolgreich sein will, muss alles eliminieren, was der Verfügbarkeit der Arbeitskraft im Wege stehen könnte. Deshalb werden langfristige Bindungen erst gar nicht mehr eingegangen, alles wird der geforderten Mobilität und Flexibilität untergeordnet. Dies verweist auf den ambivalenten Charakter von Mobilität zwischen Freiheit und Risiko (2.1), wobei Mobilität mehr meint als geografische Bewegung. Sie umfasst vielmehr die soziale Beweglichkeit von Menschen oder Gruppen, die sich in räumlicher Bewegung niederschlagen kann, aber nicht zwangsweise muss. Die Beweglichkeit ohne Bewegung wird in Kap. 2.2 als virtuelle Mobilität konzeptualisiert. Inwieweit sich durch virtuelle Mobilität Gegenmacht aufbauen lässt, wird in Kap. 2.3. ausgeführt.

Die folgenden zwei Kapitel sind der netzbasierten Kommunikation und empirischen Studien hierzu gewidmet. Dazu werden in Kapitel 3 zunächst die Grund-

lagen gelegt, indem die Begrifflichkeiten geklärt werden. Anschließend werden relevante empirische Studien zu netzbasierter Kommunikation vorgestellt, die Hinweise auf Interessenhandeln im Netz geben können. Diese beziehen sich zum einen auf die Frage eines möglichen Bedeutungsverlustes des Raumes (4.1), auf neue Partizipationschancen und Demokratieförderlichkeit (4.2) sowie auf Forschungen zu neuen Vergesellschaftungsformen im Netz (4.3). Vom Begriff der Gemeinschaft wird dabei Abstand genommen, da dieser sehr stark mit dem realen Ort verknüpft ist.

Die Verbindung von sozialem und technischem Raum wird im fünften Kapitel unter der Netzwerkperspektive wieder aufgegriffen. Zentral sind dabei virtuelle Netzwerke und die damit verbundenen Möglichkeiten und Grenzen, sich im digitalen Raum sozial zu vernetzen. Zentrale These hierbei ist, dass im Hyperspace (Fleissner 2000) hybride Formen zwischen sozialer und technischer Welt entstehen und vieles dafür spricht, den technisch erzeugten digitalen Raum als einen sozialen zu begreifen (5.1). Netzwerke werden dabei als Kulturtechnik der Moderne beschrieben, die unter der Bedingung zunehmender Individualisierung zunehmend an Bedeutung gewinnen (5.2). Im dritten Abschnitt (5.3) wird das Internet als Handlungs- und Interaktionsraum für politische Akteure beschrieben. Virtuelle Netzwerke werden dabei als eine Ressource bzw. soziales Kapital interpretiert (5.4). Im Fazit (5.5) wird nach den vorherigen Ausführungen der Frage nachgegangen, inwieweit Netzwerke eine neue Form kollektiven Handelns darstellen. Virtuelle Mobilität wird in diesem Zusammenhang als eine Handlungsstrategie für Selbstständige dargestellt, ihre Interessen zu formulieren und zu wahren.

Der empirische Teil beginnt mit einer Erläuterung des methodischen Vorgehens (Kap. 6). Dazu wird der Forschungsansatz vorgestellt und die Forschungsfragen für die empirische Erhebung weiter ausdifferenziert (6.1). Zentral beim methodischen Vorgehen ist die Verbindung von sozialen und virtuellen Netzwerken, was in der sozio-materiellen Netzwerkanalyse ihren Ausdruck findet (6.2). In Kapitel 6.3 wird das Forschungsdesign vorgestellt. Im Anschluss daran wird die Auswahl der Interviewpartner und der Mailingliste (6.4) sowie das Vorgehen bei der Auswertung (6.5) beschrieben, die in einer Typenbildung endet (6.6).

Ob und inwieweit der digitale Raum von den Selbstständigen zur Vertretung ihrer Interessen genutzt werden kann, ist zentrales Thema der darauf folgenden Empirie. Diese besteht aus zwei Teilen: Der erste Teil beschäftigt sich mit den Kontextbedingungen von Solo-Selbstständigen in der Medienwirtschaft (Kap. 7). Hier wird die Branche der Medienwirtschaft und die Entwicklung der Selbstständigkeit in diesem Bereich beschrieben. Im zweiten Teil werden die empirischen Ergebnisse vorgestellt (Kap. 8). Diese beinhalten sowohl die Auswertung der Interviews

(8.1 und 8.2), die Typologie zur Internetnutzung (8.3) sowie die Analyse der Mailingliste (8.4).

Im Kapitel 9, dem Resümee, werden die Ergebnisse der Empirie zusammengefasst, mit den theoretischen Überlegungen verbunden und in ihren Auswirkungen diskutiert. Dabei wird vor dem Hintergrund der Typologie die Frage diskutiert, welche Veränderungen sich durch die Netzwerkorientierung für politisches Handeln ergeben und ob in diesen virtuellen Netzwerken neue Vergemeinschaftungsformen bzw. Solidarität entstehen kann. Es wird argumentiert, dass der Begriff der Solidarität im Sinne einer gemeinsamen Vertretung der Interessen sehr stark an den realen Ort geknüpft ist, der im virtuellen Raum gerade nicht gegeben ist. Stattdessen wird der Begriff der Connectivity als geeignet angesehen, Prozesse von Vergemeinschaftung im virtuellen Raum zu beschreiben.

2 Kapital und Arbeit im vernetzten Kapitalismus

Autoren wie Castells (2001a), Bauman (2003) und Boltanski/Chiapello (2003) beschreiben und analysieren gesellschaftliche Veränderungsprozesse, die das Verhältnis zwischen Kapital und Arbeit tief greifend transformieren. Die Veränderung im Verhältnis von Kapital und Arbeit wird dabei in hohem Maße durch den Einsatz neuer Technologien vorangetrieben:

„Eine technologische Revolution, in deren Mittelpunkt die Informations-technologien stehen, hat begonnen, die materielle Basis der Gesellschaft in zunehmendem Tempo umzuformen.“ (Castells 2001a: 1)

Durch den Einsatz neuer Technologien wird das Kapital in die Lage versetzt, global und vernetzt zu agieren, was die Grenzen des Nationalstaates zunehmend an Bedeutung verlieren lässt (Albrow 1998, Zürn 1998). Durch die zunehmende Beweglichkeit des Kapitals entsteht nach Castells (2001a) ein neues soziales Ungleichgewicht, in dem die Arbeitskraft an Macht verliert, da das Kapital weltweit aktiv sein kann, während die Arbeitskraft in der Regel lokal verortet ist. In der sich neu herausbildenden Gesellschaftsstruktur, der Netzwerkgesellschaft, stellen die Informations- und Kommunikationstechnologien, insbesondere das Internet, das organisatorische Rückgrat dar. Das Netzwerk, ein Beziehungsgeflecht aus Kapital, Macht, Information und Technik, wird zum bestimmenden Prinzip der globalen Gesellschaft.

„Es lässt sich als historische Tendenz festhalten, dass die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind.“ (Castells 2001a: 527)

Dabei ist der Wechsel von computerzentrierten zu diffusen netzwerkbasierenden Technologien und nicht Wissen und Information⁵ charakteristisch für die Netzwerkgesellschaft (vgl. Castells 2001b: 427). Die Entwicklung zur Netzwerkgesellschaft hat sich nach Castells in den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts vollzogen und basiert auf der grundlegenden gesellschaftlichen Transformation vom industriellen zum informationellen Kapitalismus. Er spricht dabei vom „informationellen Paradigma“, das mit hierarchisch organisierten Denkweisen zugunsten von vernetzten Denkweisen bricht. Dies zeigt sich auch an der ganz eigenen Geografie des Internet, die auf Netzwerken und Knoten basiert, deren Funktion darin

⁵ Damit kritisiert Castells den Begriff der Informationsgesellschaft, der seiner Ansicht nach zu einseitig auf die wachsende Bedeutung von Informationen abstellt und damit die der materiellen Produktion vernachlässigt.

besteht, Informationsströme zu verarbeiten.⁶ Der Raum wird im Zeitalter der Netzwerkgesellschaft zum Raum der Ströme, dem „space of flows“. Der Raum der Ströme

„verknüpft Orte durch mittels Telekommunikation miteinander verbundene Computernetzwerke und durch computerisierte Transportnetzwerke miteinander. Er definiert Entfernung neu, aber er streicht die Geografie nicht aus. Es entstehen neue territoriale Konfigurationen aus den simultanen Prozessen räumlicher Konzentration, Dezentralisierung und Konnektion, die unablässig von der variablen Geografie der globalen Informationsströme umgearbeitet werden.“ (Castells 2005: 221)

Im informationellen Kapitalismus werden Wissenserzeugung und Informationsverarbeitung zur zentralen Quelle der Produktivitätssteigerung. Dabei verweist der Übergang vom industriellen zum informationellen Kapitalismus nicht auf eine Ablösung des industriellen Zeitalters durch das informationelle, sondern auf die zunehmende Informatisierung aller Bereiche wirtschaftlicher Aktivitäten, sei es der Produktions-, der Dienstleistungsbereich oder auch die Landwirtschaft.⁷ In diesem Zuge entsteht eine neue Ökonomie, die sich durch Informatisierung und globale Vernetzung auszeichnet. Im Gegensatz zur alten Ökonomie ist die neue informationell, global und vernetzt. Sie ist informationell, da die Entwicklung und Anwendung wissensbasierter Informationen, von denen sowohl die Produktivität, wie auch die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen abhängen, zunehmend an Bedeutung gewinnt. Sie ist global orientiert und damit in hohem Maße weltweit abhängig. Netzwerktechnologien ermöglichen eine global orientierte Produktion, es wird dort produziert, wo sich die Bedingungen für die Kapitalakkumulation gerade am besten gestalten. Bieten sich an einem anderen Ort bessere Verwertungsbedingungen, so kann der Produktionsprozess ohne großen Aufwand dorthin verlagert werden. Und sie ist vernetzt, die Organisationsform der neuen Ökonomie ist das Netzwerk. So sind große Unternehmen zum einen intern als

⁶ Die Geografie des Internet lässt sich anhand von Internetkarten verdeutlichen, welche die Differenzen bei der Internetnutzung visualisieren. Die Masse an Internetusern stellen Nordamerika und Europa, was in deutlichem Kontrast zur Bevölkerungsverteilung auf dem Planeten steht (vgl. Castells 2005: 223). Mit großen Abstand folgt als Schlusslicht der afrikanische Kontinent (vgl. Zook/Dodge u. a. 2004, Zook 2005). Nach groben Schätzungen hatten Anfang des 21. Jahrhunderts 80 % der Weltbevölkerung keinen Zugang zu Telefon, 90 % keinen Zugang zu einem PC und 95 % hatten keinen Zugang zum Netz (vgl. Rilling 2004).

⁷ Beispiel für die Informatisierung der Landwirtschaft ist gentechnisch manipuliertes Saatgut, das die Herstellung des eigenen Saatguts aus patentrechtlichen Gründen verhindert. Die Produktion sowie die Sicherung der Qualität des Saatguts obliegen damit nicht mehr den Bauern, sondern der Industrie, die das Saatgut herstellt.

Netzwerke strukturiert, zum anderen sind Klein- und Mittelbetriebe (KMU) durch Netzwerke in größere wirtschaftliche Organisationsformen eingebunden (vgl. Castells 2001a).

Die neue Ökonomie hat die Regeln für Investition, Akkumulation und Gewinn substanziell verändert. Die Macht der Ströme wird dabei wichtiger als die Ströme der Macht (vgl. ebenda). Mit der Macht der Ströme meint Castells, die technische und organisatorische Möglichkeit einer Gleichzeitigkeit, ohne räumliche Nähe gewährleisten zu müssen. Mächtige Ströme sieht er in den Finanzmärkten, im internationalen Handel und der transnationalen Produktion. Digitale Produktionen werden von einer Zeitzone in die andere geschoben, um rastlose Werkstätigkeit zu garantieren. Dadurch entsteht ein transnationaler sozialer (Handlungs-)Raum, der nach Bedarf an- und abgeschaltet werden kann. Obwohl Castells stark auf die Veränderung gesellschaftlicher Strukturen durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien abstellt, verfällt er nicht auf eine technikdeterministische Argumentation.⁸ Er fasst Technologie vielmehr eigenständig als eine spezifische Dimension der sozialen Struktur.

„Es gibt noch eine andere Dimension, die in den Produktions- und Konsumtionsverhältnissen, in jenen der Erfahrung und Macht sowie in der Kultur eine bedeutende Rolle spielt: die Technologie (...). Technologie ist in technische Beziehungen eingelassen, die sozial bedingt sind, und sie ist deshalb selbst keine von sozialen Verhältnissen unabhängige Dimension.“
(Castells 2001b: 426)

Damit verweist er auf die soziale und institutionelle Einbettung von Technologien und deren Entwicklungen. Die Grenzen zwischen Sozialem und der Technologie lösen sich dabei zunehmend auf, die Konturen von sozialen und informationellen Netzwerken verschwimmen. Bei Castells stehen allerdings weniger soziale Netze, sondern technologisch bestimmte Informationsnetze im Zentrum der Netzwerkgesellschaft.

„Netzwerke sind angemessene Instrumente für eine kapitalistische Wirtschaft, die auf Innovation, Globalisierung und dezentralisierter Konzentration beruht; für Arbeit, Arbeitskräfte und Unternehmen, deren Grundlage Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sind; für eine Kultur der endlosen

⁸ Den Vorwurf des Technikdeterminismus macht allerdings Marcuse (2002). Er kritisiert die Netzwerkgesellschaft von Castells, in der er eine Tendenz zur Entpolitisierung gesellschaftlicher Konflikte sieht. Die technischen Möglichkeiten erscheinen in der Netzwerkgesellschaft als entscheidende Determinanten gesellschaftlicher Entwicklung, hinter denen unterschiedliche Interessen sowie Macht- und Herrschaftsverhältnisse weitgehend verschwinden.

Zerstörung und des nie endenden Neuaufbaus; für ein politisches System, das auf die augenblickliche Verarbeitung neuer Werte und öffentlicher Stimmungen eingestellt ist; und für eine gesellschaftliche Organisation, die auf die Verdrängung des Raumes und die Vernichtung der Zeit aus ist.“ (Castells 2001a: 529)

Soziale Netzwerke sind für Castells zwar ein wichtiger Teil unserer Gesellschaften, sie müssen aber nicht notwendigerweise ein Merkmal der Netzwerkgesellschaft sein (vgl. ebenda: 436). Netzwerke sind nach Castells Informationsnetzwerke, die soziale und technische Dimensionen verbinden.

Stellt Castells in seiner Analyse der gesellschaftlichen Veränderungen sehr stark auf die Informationsnetzwerke als technische Basis ab, so tritt bei Bauman (2003) die Technologie in den Hintergrund: Er fokussiert seine Analysen mehr auf sich verändernde Institutionen. In seinem Buch „Flüchtige Moderne“ beschreibt er eine grundlegende Transformation vom schweren zum leichten Kapitalismus, in deren Folge sich traditionelle Strukturen und Institutionen auflösen, bzw. verflüssigen. Vorangetrieben wird die Verflüssigung gesellschaftlicher Strukturen durch Deregulierungs-, Liberalisierungs- und Flexibilisierungsprozesse, die eine fundamentale Veränderung gesellschaftlicher Strukturen bewirken:

„Der Übergang vom schweren zum leichten Kapitalismus, von der festen zur flüssigen Moderne könnte sich als radikaler und zukunftsweisender herausstellen, als es das Aufkommen des Kapitalismus und der Moderne selbst war (...).“ (Bauman 2000: 30)

Der schwere Kapitalismus ist Bauman zufolge die Epoche der Industriegesellschaft, samt schwerer, gewichtiger Maschinen und immer längerer Fabrikwände. Unternehmerische Macht zeichnet sich dabei durch immense Fabriken und Verwaltungsgebäude aus. Ziel ist es, immer mehr davon zu besitzen, um damit Macht auszubauen. Kapital und Arbeit gehen im schweren Kapitalismus eine nahezu untrennbare Beziehung ein, die bestenfalls auf Lebens(arbeits)zeit geschlossen wird. Weder das Kapital noch die Arbeitskraft sind willens, diese Verbindung aufzukündigen oder sich wegzubewegen. Kapital und Arbeit sind an einem Ort, der Fabrik, fest verbunden.

Das Selbstbewusstsein der modernen Gesellschaft wurde in dieser „schweren, kompakten, immobilen, verwurzelten und soliden Phase“ (Bauman 2003: 72) vom Fordismus geprägt. In der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg, insbesondere in den fünfziger bis Ende der siebziger Jahre kamen institutionalisierte Kompromisse zwischen Kapital und Arbeit zustande, die eine neue soziale Zugehörigkeit geschaffen haben (Mahnkopf/Altvater 2004: 70). Die Durchsetzung fordistischer Vergesellschaftungsmodi ist mit einer Reihe sozialer Innovationen verbunden,

wie kollektive Tarifverträge, Produktivitätslohn sowie einen bestimmten Konsumstandard. Die staatliche Regulierung des Verhältnisses von Kapital und Arbeit fand im Normalarbeitsverhältnis⁹ seinen Ausdruck, worunter auf Dauer und Kontinuität angelegte und in gewissem Umfange auch rechtlich geschützte Arbeitsverhältnisse verstanden werden (vgl. Osterland 1990). Obwohl das Normalarbeitsverhältnis nie die gesamte Realität der modernen Arbeitsgesellschaft widerspiegelte, war es doch eine hegemoniale Norm bzw. ein Leitbild. Andere Arbeitsarrangements wie befristete Beschäftigung, selbstständige Erwerbsarbeit erschienen als eine Art defizitärer Abweichung (vgl. Mahnkopf/Altvater 2004: 72). Dies scheint nunmehr zu erodieren:

„Die historische Normalität gibt es also angesichts einer flexibilisierten Vielfalt von Arbeitsverhältnissen nicht mehr, und Normalität als rechts-politischer Maßstab ist untauglich geworden.“ (ebenda: 73)

Damit soll jedoch nicht der Eindruck erweckt werden, dass sich die fordistische Trennung von Arbeit und Leben in allen Branchen bzw. Beschäftigungssegmenten zur Gänze auflöst. Zwar ist die Erosion des so genannten Normalarbeitsverhältnisses nicht von der Hand zu weisen, dennoch ist die Mehrzahl der Beschäftigten nach wie vor dem Normalarbeitsverhältnis verhaftet:

„Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es bislang keinen Einbruch bei der absoluten Zahl des Normalarbeitsverhältnisses in Deutschland gegeben hat. Zu dem ‘alten’ in unveränderten quantitativen Dimensionen ist also ein zusätzliches ‘neues’, vor allem in Form der Teilzeitarbeit von Frauen, in beachtlichen Dimensionen hinzugekommen. Die Beschäftigungsverhältnisse sind in den letzten Jahren eher stabiler geworden.“ (Bosch 200: 224)

Alexandra Wagner (2000) schlussfolgert daraus, dass sich das Normalarbeitsverhältnis lediglich als Leitbild bzw. Institution auflöst, nicht jedoch in der Realität. Das Normalarbeitsverhältnis wird nicht durch neue Beschäftigungsformen abgelöst, sondern es bildet sich eine Melange von vielen unterschiedlichen Modellen heraus, die zeitgleich ihr Dasein fristen. Zur traditionellen Form des Normalarbeitsverhältnisses kommen vielmehr neue Formen hinzu, was sich an der Zunahme von Teilzeitarbeit und am Zuwachs von selbstständiger Arbeit ablesen lässt. Beschäftigungsformen in der zweiten Moderne zeichnen sich damit durch die Gleichzeitigkeit unterschiedlicher Arbeitsregime aus. Im leichten Kapitalismus sind flexible Unternehmen, flexible Arbeitnehmer und schnelle Anpassungs-

⁹ Das so genannte Normalarbeitsverhältnis erweist sich bei näherer Betrachtung als ein spezifisch männliches, was vielfach auch kritisiert wurde (vgl. Wagner 2000, Osterland 1990).

fähigkeit die zentralen Attribute. Unternehmen müssen in der Lage sein, rasch die Richtung zu ändern, sich bietende Alternativen zu verfolgen, neue Querverbindungen zwischen Problemen und Lösungen zu entdecken, wo immer sie auch liegen mögen (vgl. Reich 1997: 103). Aufgrund des permanenten Anpassungszwangs befinden sich viele Unternehmen zunehmend an der Schwelle zur „permanenten Reorganisation“ (Kratzer 2003). Die Zeiten, in denen betriebliche Umstrukturierungen in neue stabile Organisationsstrukturen münden, scheinen vorbei zu sein, das einzig Stabile ist der Wandel. Mit der Fokussierung auf Veränderungsprozesse gibt es für die Beschäftigten keine längerfristigen Verlässlichkeiten mehr (Pongratz 2004): Arbeitsverhältnisse werden flexibilisiert, Teilbereiche ausgelagert, Arbeiten an Selbstständige nach außen vergeben, es wird räumlich dezentralisiert und via Netzwerktechnologien wieder zentralisiert. Durch den Einsatz von Netzwerktechnologien bedeutet Dezentralisierung nicht mehr zwangsläufig, die Kontrolle über den Arbeits- und Produktionsprozess aufgeben zu müssen. Räumliche Dezentralisierung und organisatorische Zentralisierung sind keine Gegensätze mehr, sondern können mittels neuer Technologien unmittelbar miteinander verknüpft werden.

„(...) die Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnik zu einer „Netzwerktechnologie“ (schafft) die Möglichkeiten einer weitreichenden dramatischen Dezentralisierung und Flexibilisierung der Produktionsformen, Informationsnetzwerke befreien die Produktion zunehmend von territorialen Beschränkungen. (...) Die Trends einer zunehmenden Informatisierung liefern jedoch zugleich die Möglichkeit neuer Formen zentralisierter Kontrolle, die die zentrifugale Bewegung dezentraler Produktionsformen auszugleichen in der Lage sind.“ (Sauer 2002: 6)

Netzwerktechnologien ermöglichen dabei zunehmend den Einsatz von Selbstständigen, als auch neue Arrangements der Arbeitsorganisation. Insbesondere der Telearbeit wurde dabei eine deutliche Ausweitung prognostiziert. Allerdings belegen Studien hierzu auch, dass die Ausbreitung dieser neuen Arbeitsform deutlich überschätzt wurde (vgl. Kleemann 2005, Castells 2005). Weit bedeutender als der Streit um die tatsächliche Ausbreitung der Telearbeit ist jedoch die Folge, dass dank der informationstechnischen Vernetzung mittlerweile nicht mehr nur im Büro, sondern auch zu Hause gearbeitet wird - und im Zug und am Flughafen, im Hotel und im Urlaub, also überall dort, wo man Zugang zum Netz hat.

„Die Individualisierung der Arbeitsarrangements, die vielfältigen Tätigkeitsstandorte und die Fähigkeit, all diese Tätigkeiten mit der individuellen Arbeitskraft im Zentrum miteinander zu vernetzen, lassen einen neuen urbanen Raum entstehen, einen Raum endloser Mobilität, einen Raum, der

aus Informations- und Kommunikationsströmen besteht, die letzten Endes über das Internet abgewickelt werden.“ (Castells 2005: 248)

Dies betrifft nicht nur die Telearbeiter, sondern greift auf viele Bereiche insbesondere im Angestelltenbereich über. Die Möglichkeit, ständig und überall arbeiten zu können lässt die Arbeit mobil werden und die Entgrenzung weiter voranschreiten.

2.1 Mobilität zwischen Freiheit und Risiko

Boltanski und Chiapello (2003) beschreiben Mobilität als eine der zentralen neuen Anforderungen an die Arbeitskraft. Künftig wird nur noch erfolgreich sein, wer sich der kapitalistischen Netzwerklogik optimal anpassen kann, flexibel ist und eine große Mobilitätsbereitschaft aufweist. Im Unterschied zu vormodernen Gesellschaften, die sich statisch begreifen, gehören Beweglichkeit und Veränderbarkeit zu den Basisregeln sozialen Handelns in der Moderne: "Modern society is a society on the move" (Lash/Urry 1994: 252). Das Recht auf Mobilität avanciert zum Anspruch einer modernen Gesellschaft und wird zum gesellschaftlichen Leitbild. Joachim Milberg, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der BMW Group, erhebt Mobilität sogar zu einem Grundbedürfnis der Menschheit (zit. nach Schneider/Limmer u. a. 2002: 11). Bewegung wird dabei idealisiert und Mobilität zu einem Vehikel der Konstruktion von Freiheit und Fortschritt.

Sich räumlich und sozial frei bewegen zu dürfen hat einen hohen gesellschaftlichen Wert. Die Entscheidung zu Freizügigkeit, die Möglichkeit des „Weggehen-Könnens“ gilt nach Hradil zunehmend als Wesensmerkmal von Freiheit in Betrieb, Familie, Heimatort, Staat etc. (vgl. Hradil 2002: 370).¹⁰ Mobilität als Schlüsselbegriff der Moderne ist jedoch Chance und Risiko gleichermaßen. Zum einen ermöglicht das Mobilsein sich räumlich und sozial verändern zu können und beinhaltet auch die geistige Beweglichkeit. Dies entspricht auch dem etymologischen Ursprung des Begriffes, der sich auf die Beweglichkeit eines Menschen, eines Stoffes und nicht auf die räumliche Bewegung allein bezieht (Kluge 1999a). Damit umfasst Mobilität sowohl soziale Beweglichkeit als auch räumliche Bewegung. Zum anderen verliert die positive Konnotation der Mobilität als Möglichkeitsraum (Canzler/Knie 1998) zunehmend ihren freiwilligen Charakter, indem sie zur Forderung erhoben wird. Damit geht Mobilität nicht nur mit der Erhöhung individueller Freiheitsgrade einher, sondern zieht auch Restriktionen und Entscheidungszwänge nach sich:

¹⁰ Die Verweigerung der räumlichen Freizügigkeit hat nicht zuletzt den Zusammenbruch der sozialistischen Staaten befördert. Zu stark war das Bedürfnis der Bevölkerung nach ungehinderter Mobilität, die mit Freiheit gleichgesetzt wurde.

„Mobilität als Imperativ: Sei mobil! Insbesondere im Rahmen der Berufskarriere ist ein gewisser Zwang entstanden, mobil sein zu müssen. Mobilität rückt damit in die Nähe von Verfügbarkeit und Fremdbestimmtheit.“ (Schneider/Limmer u. a. 2002: 16)

Die Bereitschaft zu Mobilität ist heute Grundvoraussetzung und charakteristisches Merkmal des neuen Arbeitsmarktes. Karriere ohne Jobmobilität ist insbesondere in leitenden Positionen nahezu ausgeschlossen (vgl. Schneider/Limmer u. a. 2002: 23). Mobilität wird zu einer Basisselbstverständlichkeit, die nicht mehr ausgehandelt und extra gratifiziert wird. Auslandserfahrung ist in vielen Bereichen kein Pluspunkt mehr im Lebenslauf, sondern das Fehlen ein deutlicher Negativposten. Eine Folge davon ist, dass Mobilität von der Arbeitskraft nicht nur gewünscht oder als positiv erachtet, sondern vorausgesetzt und verlangt wird. Wer nicht mobilitätsbereit ist, wird sanktioniert. Sei es, dass man beruflich Nachteile auf sich nehmen muss, oder dass die Arbeitslosenunterstützung gestrichen wird, wenn man berufsbedingt seinen Wohnort nicht verlassen will.

Insgesamt zeigt sich damit, dass der Begriff der Mobilität ein höchst ambivalenter ist: Ein Zuviel an Mobilität kann ebenso unattraktiv sein, wie eine eingeschränkte Mobilität. Das Bild des mobilen Menschen bzw. der mobilen Gesellschaft legt nahe, dass Mobilität zunehmend zu einer Gestaltungsaufgabe wird, die den Individuen auferlegt wird. Die Herstellung der eigenen Beweglichkeit steht damit in einem Spannungsverhältnis von Anpassung und Gestaltung. Dies geschieht allerdings vor dem Hintergrund zunehmender Mobilitätsanforderungen.

„Die teilweise überschießenden Mobilitätsanforderungen, mit denen sich Beschäftigte durch ihre Arbeitgeber konfrontiert sehen, sind häufig einseitig an betrieblichen Belangen orientiert, ignorieren meist die familialen Verpflichtungen der Betroffenen und übersehen zudem die möglichen belastenden Folgen der Mobilität auf Seiten der Arbeitnehmer.“ (Schneider/Limmer u. a. 2002: 18).

Die Annahme, dass mehr Mobilität zu mehr Gestaltungsfreiheit und zu größerem Wohlstand führt, gilt vielfach als Selbstverständlichkeit.¹¹ Mobilität wird in Form des Reisens mit Fortschritt, Immobilität mit Rückschritt gleichgesetzt. Wer mobil ist, sich auf Reisen begibt, so die Annahme, erweitere den eigenen Erfahrungshorizont, und bilde sich weiter. Räumliche Bewegung wird dabei mit Bildung und Reife gleichgesetzt. Geografische Bewegung und soziale Beweglichkeit fallen in diesem Konzept von Mobilität zusammen. Damit verschmilzt im Begriff der Mo-

¹¹ Kritisch gilt anzumerken, dass Mobilität nie für alle ermöglicht, sondern auch konkret be- oder verhindert wurde. Nicht geduldet, sondern verfolgt wurde (und wird) zum Teil Mobilität in Form von Migration.

bilität die physisch-räumliche Dimension der Bewegung mit der soziokulturellen zu einem mehrdimensionalen Möglichkeitsraum (Canzler/Knie 1998).

„Der Möglichkeitsraum jeder Einzelnen und jedes Einzelnen schließt die physische Erreichbarkeit mit Hilfe von Verkehrsmitteln ebenso mit ein wie die geistige Beweglichkeit und die Chancen des sozialen und ökonomischen Aufstiegs.“ (Canzler/Knie 2000: 31)

Der Möglichkeitsraum zeichnet sich durch eine horizontale und eine vertikale Dimension aus. Das zweidimensionale Konzept des Möglichkeitsraumes verweist auf die Verbindung zwischen sozialer und räumlicher Mobilität. Die horizontale Dimension umfasst den geografischen Bewegungsraum, der physische Beweglichkeit mittels infrastruktureller Ausstattung und Grenzen ermöglicht oder beschränkt. Die vertikale Dimension des Möglichkeitsraumes beinhaltet hingegen das Vermögen, eigene Lebensentwürfe zu erarbeiten und durchzusetzen. Die Durchsetzungskraft hängt von der sozialen Positionierung, von verschiedenen Kompetenzen sowie von der Ausstattung materieller und geistiger Ressourcen ab.

In der Soziologie werden soziale Mobilitätsprozesse zunächst nicht räumlich gedacht, sondern hinsichtlich der sozialen Bewegungsrichtung als vertikal oder horizontal unterschieden. Horizontale Mobilität meint eine Veränderung hinsichtlich der Art, nicht aber des Ranges der sozialen Position. Beispiele für horizontale Mobilität sind Arbeitsplatzwechsel oder die Veränderung von Lebensstil oder Lebensform. Vertikale Mobilität bezieht sich auf die Veränderung der sozialen Position, die sich als besser oder schlechter bzw. als höher oder tiefer beschreiben lassen (vgl. Hradil 2001: 377). Vertikale Mobilität kann als Generationenmobilität oder als Karrieremobilität untersucht werden. In der Forschungspraxis wird vertikale Mobilität meist als berufliche Mobilität gefasst. Karrieremobilität impliziert im idealtypischen Fall einen relativ linearen Entwicklungspfad, in dem Auf- und Abstiege klar definiert sind und Karrierewege durch relativ klare Einstiegsbedingungen, Zugangsregelungen und Aufstiege vorstrukturiert sind. Im besten Falle geht es die Karriereleiter stetig hoch.

Das Versprechen der vertikalen sozialen Mobilität in Form von beruflichem Aufstieg bei geografischer Mobilitätsbereitschaft wird im Zeitalter der Globalisierung zunehmend brüchiger. Darauf verweisen sowohl die Arbeiten von Castells (2003), Boltanski/Chiapello (2001), Bauman (2003) und Sennett (1998). Vorgefertigte Karrierewege gibt es in den Unternehmen der flüchtigen Moderne nicht mehr. Karriere bemisst sich nicht mehr nach dem Maß der Pflichterfüllung, sondern nach den Projekterfolgen.

„Wer seine Karriere bei Microsoft beginnt, hat keine Ahnung, wo er sie beenden wird. Wer sie bei Ford oder Renault begann, konnte sich fast si-

cher sein, dass er sie auch dort beendete.“ (Cohen 1997, zit. nach Bauman 2000: 22)

Soziale Mobilitätsprozesse stellen sich damit nicht mehr vertikal als Auf- oder Abwärtsbewegung dar, vielmehr gewinnen horizontale Mobilitätsprozesse an Bedeutung. Allerdings lassen sich vertikale und horizontale Mobilitätsprozesse zunehmend schwerer voneinander trennen. Sennett (1998) beschreibt die soziale Mobilität der Spätmoderne denn auch als orientierungslosen seit- bzw. rückwärtsgerichteten Krebsgang, der die klassische Karriere, die durch mehr oder weniger eindeutige Aufwärtsbewegungen definiert ist, ablöst. Menschen bewegen sich im Laufe ihres Erwerbslebens nicht mehr auf der Karriereleiter nur aufwärts oder abwärts, sondern das Erwerbsleben wird zunehmend vom Wechsel unterschiedlicher Beschäftigungsformen und Tätigkeiten geprägt, die eine Kategorisierung nach oben oder unten nicht mehr so ohne weiteres zulassen. Es lässt sich nicht mehr so einfach definieren, wann es sich um einen sozialen Abstieg, wann um einen Aufstieg handelt, da sich auch die Bewertungsmaßstäbe für Arbeit verändert haben: Orientiert man sich bei der Bewertung am Gehalt oder ist es vielmehr die Tätigkeit, die man ausübt, die einen sozial aufsteigen lässt, obwohl man gar nicht so viel verdient? Oder ist es der Zuwachs an beruflicher Autonomie, der als Aufstieg interpretiert wird, obwohl man auf Leistungen aus den Sozialkassen verzichten muss und weniger verdient, aber nunmehr selbstständig ist? Ist die Selbstständigkeit selbst gewählte Alternative oder Resultat eines Outsourcingprozesses? Die aufgeworfenen Fragen sollen verdeutlichen, dass der Begriff der sozialen Mobilität zunehmend ungeeignet erscheint, Mobilitätsprozesse hinlänglich beschreiben zu können.

„Soziale Mobilität ist nicht länger nur im klassischen soziologischen Verständnis von sozialem Aufstieg oder Abstieg zu denken. Stark zugenommen hat horizontale soziale Mobilität. Soziale Mobilität in diesem Sinne geht einher mit Prozessen der Einbindung, des Verlassens und der Wiedereinbindung in soziale Netzwerke. Sozial mobil ist, wer seine Netzwerke wechselt, sie immer wieder neu konfiguriert. Sozialer Auf- oder Abstieg muss dabei nicht unbedingt erfolgen.“ (Schneider/Limmer u. a. 2002: 25)

Nähert man sich dem Begriff der sozialen Mobilität mit einer Netzwerkperspektive, so versteht man unter sozialer Mobilität, dass soziale Beziehungen beweglich gehandhabt werden, was man daran messen kann, wie viele Kontakte die Menschen haben und wie stark sich diese Kontakte verändern (Bonß/Kesselring u. a. 2004). Damit geht es also nicht einfach um sozialen Auf- oder Abstieg, sondern eher um Beziehungsnetze, in denen sich die Individuen bewegen. Diese Beziehungsnetze werden zunehmend auch im virtuellen Raum hergestellt und gepflegt.

2.2 Virtuelle Mobilität: Beweglichkeit ohne Bewegung

Neue Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichen soziale Beweglichkeit ohne geografische Bewegung (vgl. Bonß/Kesselring 2001, Kesselring/Vogl 2004). Menschen können sich virtuell vernetzen, an andere Orte gelangen, können sozial beweglich sein, ohne sich wirklich räumlich bewegen zu müssen. Diese neuen Bewegungsformen jenseits geografischer Bewegung erlauben es von virtueller Mobilität (vgl. Urry 2000a, Zoche/Kimpeler u. a. 2002) zu sprechen. Virtuelle Mobilität wird dabei als Handlungsstrategie von Akteuren interpretiert, die zusätzliche Handlungsoptionen, zur Gestaltung von Arbeit und Leben eröffnen. Neue Möglichkeiten der Vernetzung, wie sie von Castells als Vorteil für das Kapital gesehen werden, können folglich auch von den Subjekten strategisch genutzt werden.

„Durch Aktivitäten im digitalen Raum verändern Menschen ihre soziale Positionierung. Sie nutzen virtuelle Netzwerke als Mobilitätsressourcen, indem sie soziale Veränderung nicht mehr alleine durch geografische, sondern ebenso durch virtuelle Bewegungen herstellen.“ (Kesselring 2006a: 335)

Der Begriff der virtuellen Mobilität erscheint zunächst in zweifacher Hinsicht paradox: Erstens hat virtuelle Mobilität nichts Virtuelles an sich. Unter virtuell wird gemeinhin das nicht so Konkrete, das Simulierte, Künstliche, Mögliche oder Scheinbare verstanden. Unter virtueller Mobilität wird hingegen nichts Künstliches verstanden, denn virtuelle Mobilität ist etwas ganz Konkretes. Es finden technologisch basierte Interaktionen und Vernetzungen statt, die sehr real sind und auch als real erlebt werden. Zweitens: Virtuelle Mobilität ist Beweglichkeit ohne Bewegung. Warum macht es trotzdem Sinn dabei von Mobilität zu sprechen? Mobilität, dies wurde bereits ausgeführt, umfasst sowohl räumliche, soziale und auch geistige Bewegungsprozesse. Vor diesem Hintergrund ist virtuelle Mobilität soziale Beweglichkeit, die durch die Nutzung von Kommunikationstechnologien hergestellt wird.

Zoche u. a. (2002) sprechen von virtueller Mobilität, wenn dadurch Wege gespart werden. Damit besteht ein enger Zusammenhang zwischen physischer und virtueller Mobilität. In einer Studie zu virtueller Mobilität privater Haushalte untersuchten sie die Auswirkung der Nutzung von Onlinebanking, Onlinereiseangeboten sowie von Chat auf das Verkehrsverhalten. Dabei kommen sie zu dem Ergebnis,

„dass die unmittelbare physische Präsenz an Bedeutung verlieren könnte, wenn vorwiegend virtuelle Verkehrsformen den Alltag prägen und die Be-

ziehungen zwischen Personen bestimmen.“ (Zoche/Kimpeler u. a. 2002: 225)

Nach Zoche u. a. (2002) entsteht virtuelle Mobilität als Substitut zu geografischer Bewegung¹² und stellen damit weniger auf die soziale Beweglichkeit ab. Von daher greift diese Definition zu kurz. Die Nutzung von Onlinediensten und die u. U. damit einhergehende Vermeidung von Wegen ist noch keine virtuelle Mobilität. Denn: Virtuelle Mobilität ist mehr, als „im Netz unterwegs sein“, Informationen zu beschaffen oder sonstige Recherche zu tätigen. Der Begriff der virtuellen Mobilität bezieht sich stark auf Kommunikation, er geht aber darüber hinaus, weil er nach den Bedingungen sozialer Beweglichkeit und Gestaltbarkeit fragt. Virtuelle Mobilität ist dabei als eine Ressource oder als Handlungsstrategie zu verstehen. Sie umfasst Phänomene der sozialen Interaktion und Präsenz im digitalen Raum und wirft unter anderem die Frage auf, ob unter den Bedingungen der Netzwerkgesellschaft (Castells 2001a) politische und gesellschaftliche Handlungsspielräume erkennbar sind, die es Akteuren ermöglichen, die eigenen Arbeits- und Lebensbedingungen jenseits bisheriger Formen politischer Partizipation mitzugestalten.

„Netsurfers don't ride alone“, ist ein zentrales Ergebnis vielfältiger Forschungen des kanadischen Soziologen Barry Wellman und seiner Kolleginnen und Kollegen, welche die Auswirkungen von Kommunikationstechnologien in nachbarschaftlichen und familienbezogenen Zusammenhängen untersucht haben (vgl. Wellman/Milena 1999, Garton 1995, Hall/Wellman 1985, Hampton/Wellman 2001, Wellman 1996). Sie kommen zum Ergebnis, dass mittels neuer Technologien starke wie auch schwache Bindungen sowohl im nahräumlichen wie im entfernteren Bereich erhalten und gepflegt werden. Dadurch ergeben sich auch Handlungsmöglichkeiten, die vorher so nicht gegeben waren. Das ist etwa dann der Fall, wenn Vernetzungen aufgebaut werden, die vorher aufgrund räumlicher Entfernungen nicht oder nur schwer zu realisieren waren.

Bezogen auf die Empirie dieser Arbeit bedeutet das, dass Solo-Selbstständige, die an den verschiedensten Orten leben, sich virtuell kennen lernen, sich informieren, austauschen und vernetzen können. Der über das Netz organisierte Informations-

¹² Die Frage, ob die zunehmende Inanspruchnahme von Onlinediensten zu weniger Verkehr führt, ist allerdings heftig umstritten. Es ist eingängig, dass man sich den Weg zur Bank spart, wenn man Überweisungen online tätigt. Durch Onlineaktivitäten wird aber auch Verkehr induziert. Man denke nur an die Gütermassen, die täglich aufgrund von Internetauktionen oder Onlineshopping auf Schiene und Strasse transportiert werden. Diese Verkehrsleistung wäre unter Umständen teilweise gar nicht angefallen oder umweltverträglicher gewesen, da man z. B. das Buch beim Buchhändler um die Ecke gekauft hätte, anstatt es bei einem Internetbuchhändler zu bestellen.

austausch kann die Verhandlungsposition der Einzelnen gegenüber dem Auftraggeber stärken, da man sich beispielsweise nicht mehr alleine gegenüber dem Auftraggeber sieht, sondern bereits im Vorfeld notwendige Informationen einholen konnte. Obwohl räumlich vereinzelt, wird dadurch ein Handeln, das sich an kollektiven Interessenlagen orientiert, zumindest ermöglicht.

Virtuelle Räume sind medienvermittelt und sie entstehen – wie jeder soziale Raum – durch Vernetzung, nur dass sie sich in diesem speziellen Fall nicht durch reale Begegnung ereignet, die faktische Bewegung von Menschen voraussetzt. Die Vernetzung basiert stattdessen auf virtueller Mobilität, auf der „Begegnung“ von Menschen im digitalen Raum und nicht im materiellen. Die Möglichkeitsräume von Individuen und Gruppen werden durch materielle und technologische Strukturen mit geformt. So stellt der digitale Raum nicht nur einen Informations-, sondern auch einen Interaktions- und Handlungsraum dar. Der virtuelle Raum erzeugt Möglichkeiten der sozialen Vernetzung, bis hin zu politischen Aktivitäten, die ohne netzbasierte Kommunikation nicht denkbar wären. Technologien zur Überwindung des geografischen Raumes gewinnen an Bedeutung, wenn der Mobilitätsdruck in Gesellschaften zunimmt (Urry 2003, Bauman 2003). In Zeiten steigender Mobilitätsanforderungen an das Subjekt kann netzbasierte Kommunikation damit ein adäquates Mittel sein, mit veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Arbeit und Leben umzugehen. Mit neuen Kommunikationstechnologien kann man verbunden bleiben, auch wenn man sich räumlich voneinander entfernt.

2.3 Virtuelle Macht und kollektive Ohnmacht?

Castells (2001), Bauman (2003) und Boltanski/Chiapello (2003) thematisieren die Veränderung des Verhältnisses von Kapital und Arbeit, insbesondere vor dem Hintergrund des Auseinanderdriftens von mobilem Kapital und lokal verorteten Beschäftigten. Die Internationalisierung bzw. Globalisierung von Kapital und Produktionsstrukturen erfährt durch die Möglichkeit virtueller Vernetzung eine neue Qualität. Es kommt zu einem global entfesselten Wettbewerb, der massive Auswirkungen auf das Verhältnis zwischen Kapital und Arbeit und damit auf die Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen hat. Für das Kapital scheint Mobilität ein Druckmittel erster Güte geworden zu sein:

„(...) das Kapital hat einen extraterritorialen Status erreicht, es ist leicht geworden, unbeschränkt und ungebunden in einem bisher unbekanntem Ausmaß, und seine bisher erreichte räumliche Mobilität reicht allemal aus, um territorial gebundene politische Akteure im Sinne eigener Forderungen zu erpressen.“ (Bauman 2003: 176)

Die unmittelbarste Wirkung des mobil gewordenen Kapitals bezieht sich auf die Veränderung der Machtverhältnisse. Die Macht im leichten Kapitalismus ist nach Bauman postpanoptisch. Dabei bezieht er sich auf Foucault, der das Panoptikum als eine Schlüsselmetapher für Macht beschrieben hat (Foucault et al. 2005). Im Panoptikum weiß der Beobachtete, dass er beobachtet wird, sieht aber seinen Wächter nicht. Das Wissen, dass der Wächter ihn sehen kann, reicht für die Disziplinierung des Handelns aus. Da spielt es keine Rolle, ob der Wächter tatsächlich anwesend ist. Das Panoptikum setzt damit aber eine beidseitige – jedenfalls zeitweilige – Anwesenheit bzw. räumliche Nähe von Bewachern und Bewachten voraus. Diese ist bei der postpanoptischen Macht nicht mehr notwendig. Bei postpanoptischen Machtbeziehungen sind die Machthaber – dank der Netzwerktechnologien – von den Zwängen räumlicher Anwesenheit befreit. Mit Foucault argumentieren auch Hardt und Negri (2003), für die die Disziplinierungsgesellschaft der Moderne der Kontrollgesellschaft der Postmoderne gewichen ist. Historisch war Macht in Organisationen und Institutionen eingebunden und konkret verortet. Netzwerke funktionieren jedoch nach einer anderen Logik, in denen es kein eindeutiges Machtzentrum mehr gibt. Die Macht ist exterritorial geworden und damit weder an den Raum gebunden, noch kann dieser ihre Verbreitung hindern (vgl. Bauman 2003: 18). Die Schwächung kollektiver Akteure ist dabei keine „Nebenfolge“ des leichten Kapitalismus, sondern

„solche Desintegrationsprozesse (sind) nicht nur das Ergebnis, sondern zugleich eine Voraussetzung der neuen Machttechniken, die sich der Unverbindlichkeit und der Kunst des Verschwindens als Mittel bedienen. Damit die Macht sich frei entfalten kann, muss die Welt frei von Zäunen, Mauern, bewachten Grenzen und Kontrollpunkten sein. Jede Form des engen und dichten sozialen Netzwerks, auch und gerade wenn es territorial gebunden ist, ist ein Hindernis und muss beseitigt werden.“ (Bauman 2003: 22)

Bauman sieht damit wenig Chancen die Macht des leichten Kapitalismus zu beschränken. Bühl (2000) ist ähnlich pessimistisch. Er stellt auf die Auswirkungen zunehmender Virtualisierung ab, die seiner Ansicht nach zu einem Freisetzungsprozess der Menschen aus den Sozialformen der industriellen Gesellschaft führt. Virtualisierung definiert er dabei als computerinitiierten Prozess der Dominanzwerdung des virtuellen Raumes. Den ökonomischen Kern der virtuellen Gesellschaft sieht Bühl in der Auflösung des klassischen Betriebes und der damit verbundenen Arbeitsorganisation. Klassen- und sozialstrukturorientierte Orte, wie der Betrieb oder der Verein verlieren an Bedeutung, während der individualzentrierte virtuelle Raum an Bedeutung gewinnt. Dies bedeutet eine Abwertung ständisch geprägter Sozialmilieus und klassenkultureller Lebensformen, da sich die industriegesellschaftlich geprägte räumliche Segregation von Arbeitsort und

Wohnung auflöst und damit traditionale Lebensformen erodieren (vgl. Bühl 2000: 263).

Auf der Arbeitsebene verschärft die Virtualisierung die Tendenz hin zu neuen sozialen Mischformen, die sich zwischen Arbeitslosigkeit und Beschäftigung bewegen, wie dies z. B. bei der neuen Selbstständigkeit der Fall ist. Folge davon ist, dass organisierte Zusammenschlüsse, Kollektiverfahrungen und Solidarisierung erschwert werden. Bezogen auf kollektive Interessenvertretung konstatiert Bühl (2000) deswegen eine ernsthafte Gefährdung des Bestandes der Arbeiterbewegung als traditionale industriegesellschaftliche Klassenorganisation, da ihr sowohl der Ort (Betrieb) als auch das Subjekt (Produktionsarbeiter) in wachsendem Maße entzogen wird.

Das damit einhergehende Verschwinden der Klassenverhältnisse führt zu einem Disembedding (Giddens), der Menschen aus den Sozialformen der industriellen Gesellschaft, wie dem Betrieb, dem Verein oder milieuspezifischen Orten, herauslöst. Unter Disembedding versteht er

„das Herausheben sozialer Beziehungen aus ortsgebundenen Interaktionszusammenhängen und ihre unbegrenzte Raum-Zeit-Spannen übergreifende Umstrukturierung.“ (Giddens 1995: 33)

Nach Giddens folgt dem Disembedding ein Reembedding auf einer neuen gesellschaftlichen Ebene. In der leichten Moderne findet der Prozess des Reembedding nach Ansicht von Bauman allerdings nicht mehr statt.

„Männer und Frauen sind immer in Bewegung, keine Ruhepause, geschweige denn das befriedigende Gefühl des ‚Angekommenseins‘, das Gefühl ans Ziel gelangt zu sein, wo man sein Messer einstecken und es sich endlich bequem machen kann. Am Ende der Straße steht für diese auf Dauer entwurzelten Individuen keine Aussicht auf ‚Wiedereinbettung‘.“ (Bauman 2003: 45)

Geht man wie Castells und Bühl von der verstärkten Machtposition des Kapitals aus, so stellt sich zwangsläufig die Frage nach Gestaltungsmöglichkeiten von Organisationen und Subjekten in der Netzwerkgesellschaft. Castells' Analyse, dass gesellschaftliche Strukturen zunehmend netzwerkartig organisiert sind, ist zwar zutreffend; doch wirft dies die Frage auf, welche Handlungs- und Entscheidungsoptionen Akteure in einer solchen netzwerkartig organisierten sozialen Umwelt haben. Bei der Beschreibung des informationellen Paradigmas dominiert bei Castells das Netzwerk als die Metastruktur. Das Netzwerk ist die bestimmende und herrschende Struktur. Damit rechnet er der Netzwerkstruktur eine weitaus größere Wirkungsmacht zu, als dem Handeln der Subjekte. Das ist auch nicht grundsätzlich zu kritisieren, denn in seiner Analyse beschreibt er, wie sich das

Kapital durch die Mobilwerdung Vorteile gegenüber dem verorteten Faktor Arbeit verschafft.

Bühl (2000) wie Castells (2001) und Bauman (2003) übersehen jedoch, dass durch netzbasierte Kommunikation auch neue Formen der Vernetzung entstehen können, die auch zur Vertretung der eigenen Interessen nutzbar gemacht werden können. Bei Castells erscheint das Netzwerk nahezu als Matrix, die alles und jeden beherrscht. Ein Widerstand gegen das Netzwerk erscheint nach Castells kaum möglich, da alle im Netzwerk verstrickt sind. Marcuse (2002) kritisiert hier zu treffend, dass bei Castells die Handlungsmöglichkeiten der Akteure völlig aus dem Blick geraten:

„Prozesse und Beziehungen werden verdinglicht, werden selbst zu autonomen Kräften und unabhängigen Akteuren. Reale Akteure verschwinden und Dinge werden zu Akteuren.“ (Marcuse 2002: 331)

Diese starke Fokussierung auf die Macht der Netze erscheint ahistorisch, da kein gesellschaftlicher Wandel jenseits der Netzwerkgesellschaft gesehen wird. Die Frage, die sich allerdings stellt, ist, wie in der Netzwerkgesellschaft sozialer Wandel möglich ist und welche Möglichkeiten des Widerstandes gegenüber der von Castells beschriebenen dominanten Logik des Kapitals sich bieten. Die neue Beweglichkeit des Kapitals mag die Bedingungen für politisches Handeln erschweren, kann sie aber nicht völlig unterbinden. Von daher gilt es, die Handlungsoptionen und Handlungsmöglichkeiten der Subjekte auszuloten.

Sozialer Wandel bedeutet in der Netzwerklogik nach Castells die Transformation des Netzwerkprogramms selbst, um dem Netzwerk so ein neues Ziel zuzuschreiben. Seiner Ansicht nach ist das Netzwerk von innen heraus letztendlich nicht veränderbar. Das Netz ist zu mächtig, als dass man dessen Ziel einfach abändern könne. Sozialer Wandel ist demnach nur durch Mechanismen möglich, die außerhalb der Netzwerklogik liegen. Als Beispiele führt er die Ablehnung der Netzwerklogik durch religiöse, nationale oder ethnische Gemeinschaften an oder durch alternative Netzwerke, die auf alternative Projekte bauen und in Opposition zu den Codes der gegenwärtig herrschenden Netzwerke stehen, wie beispielsweise ökologische, feministische oder Menschenrechtsbewegungen.

Auch Bauman hat kaum Hoffnung auf gesellschaftlichen Wandel bzw. Widerstand gegen den leichten Kapitalismus. Verflüssigungsprozesse sind nach Bauman kaum aufzuhalten bzw. zu steuern. Nach Ritzer und Murphy (2002) überhöht Bauman die Metapher der Verflüssigung. Sie kritisieren Bauman dahingehend, dass er das Fließen überschätzt und das Feste, das sich der Verflüssigung entgegenstellt, unterschätzt. Der Begriff der Verflüssigung stellt ihrer Ansicht nach lediglich einen Gemeinplatz in der postmodernen Theorie dar. Statt allein auf die

Verflüssigung abzustellen, müsse nach bestehenden und neuen Stabilitäten gesucht werden. Obwohl sie die Perspektive der Verflüssigung sozialer Tatbestände nicht grundsätzlich ablehnen, kritisieren sie, dass die Fokussierung auf die Verflüssigung die Tatsache ignoriert, dass Flüssigkeiten Behältnisse brauchen, die sie umschließen. Diese können als Strukturen definiert werden. Von daher muss berücksichtigt werden, dass es Kräfte gibt, die das Fließen begrenzen können. Will man die Möglichkeiten des Widerstandes ausloten, gilt es, sich auf die Suche nach dem Festen, dem Widerständigen zu machen, dass das Fließen begrenzt und

„die dem Trend zur zunehmenden Verflüssigung durch Liberalisierung, Deregulierung und Flexibilisierung entgegenstehen.“ (Ritzer/Murphy 2002: 58)

Flüssigkeiten, die fließen, werden von festen Strukturen umgeben, die sie eingrenzen oder kanalisieren. Der Lauf eines Baches oder Flusses wird durch Steine im Bachbett verlangsamt, gestaut oder eingengt, womit die Fließgeschwindigkeit des Baches bzw. des Flusses beeinflusst und zum Teil gesteuert werden kann. Dies gilt im übertragenen Sinne auch für gesellschaftliche Strukturen. Damit hat die Verflüssigung auch ihre Grenzen. Das Feste in der Welt des Flusses ausfindig machen, heißt eine andere Perspektive einzunehmen und sich der Verflüssigung kritisch zu stellen. Der Fokus liegt nicht mehr nur allein auf den Verflüssigungstendenzen, sondern es ist auch notwendig „das Feste in der Welt des Flusses“ (ebenda) im Auge zu behalten.

Auch wenn Bauman zuzustimmen ist, dass sich die Machtzentren nicht mehr so einfach lokalisieren lassen, so übersieht er, dass auch der Widerstand delokalisiert und virtuell stattfinden kann. Als Beispiele hierzu führen Ritzer und Murphy (2002) die markenorientierten Boykottmaßnahmen von Konsumenten an, wie z. B. gegen Nike, Adidas usw., die zum Teil sehr stark netzbasiert stattfanden (ebenda). Dabei wurden die zum Teil unmenschlichen Arbeitsbedingungen in den Herstellerländern kritisiert und zum Boykott der Produkte aufgerufen. Die Erfolge markenorientierten Boykotts hat Naomi Klein (2001) in ihrem Buch „No logo“ für die USA beschrieben. Ihrer Ansicht nach sind Verbraucherboykotts politische Kampagnen,

„die Verbrauchsgüter als leicht erreichbare Ziele, als Hebel zur Herstellung von Öffentlichkeit und als Instrumente zur Volksbildung nutzen.“ (Klein 2001: 350).

Die durch den Boykott für den Produzenten entstehenden Kosten durch Gewinnausfall sollen dann den erwünschten, direkt nicht auszuübenden Einfluss auf das Nebenprodukt haben. So sah sich beispielsweise Pepsi gezwungen, sich mit seinen Finanzmitteln aus der Militärdiktatur in Burma zurückzuziehen, nachdem die

Free-Burma-Bewegung an zahlreichen amerikanischen Universitäten Sponsoring- und Lieferverträge ihrer Universitäten mit Pepsi verhinderte (vgl. Klein 2001: 41 ff.). Revolutionäre Gruppen haben danach gelernt,

„die Flüssigkeit des Systems der späten Moderne für ihre eigenen Ziele zu benutzen und sie für die Verfolgung revolutionärer Zwecke zu verwenden.“
(Ritzer/Murphy 2002: 72)

Castells beschreibt die Organisation der Globalisierungsgegner, deren Aktivitäten im Netz geplant und auch die Proteste zum Teil netzbasiert durchgeführt werden. Das Netzwerk, das sich zum einen als mächtige Struktur erweist, wird hier zur hierarchiefreien, autonomen Zone. In Mexiko schafften es die Zapatisten ihr Anliegen über das Internet weltweit zu verbreiten und darüber internationale Solidarität zu erreichen, weswegen sie von Castells zur ersten informationellen Guerillabewegung (Castells 2002: 86) gekürt wurden. Mitglieder der zapatistischen Befreiungsarmee hatten Anfang des Jahres 1994 Teile von Chiapas besetzt. Geplant war ein Marsch der zapatistischen Befreiungsarmee nach Mexico City, um bei der Regierung politische und wirtschaftliche Reformen für die Region Chiapas einzufordern. Als Reaktion ließ die Regierung die mexikanische Armee in das von Rebellen besetzte Gebiet in Chiapas einmarschieren. Die Zapatisten verfolgten daraufhin eine Informationsstrategie, in deren Rahmen ausländische Beobachter in das Gebiet eingeladen, mit NGOs (Nichtregierungsorganisation) Kontakt aufgenommen und weltweit zur Unterstützung der Zapatisten aufgerufen wurde. Dank dieser offensiven Informationspolitik konnten sich die Zapatisten eine Technologie nutzbar machen, zu der sie selbst fast gar keinen Zugang hatten. Dennoch konnte die ländliche Bevölkerung Chiapas weltweit auf ihre Situation aufmerksam machen.

„Die Fähigkeit der Zapatisten, mit der Welt und mit der mexikanischen Gesellschaft zu kommunizieren, die Phantasie der Menschen und der Intellektuellen für sich einzunehmen, beförderte die lokale, schwache Gruppe von Aufständischen in die erste Reihe der Weltpolitik.“ (Castells 2002: 87)

Das Netzwerk erweist sich damit nicht nur als die mächtige Struktur. Vielmehr ist Technikanwendung immer auch soziale und gesellschaftliche Aneignung und Gestaltung. Die Arten und Weisen, wie Technologien eingesetzt und in Organisationen und von Subjekten genutzt werden, hängen stark vom sozialen Kontext ab, in dem sie eingesetzt werden.

„The Internet is not a monolithic or placeless cyberspace; rather, it is numerous new technologies, used by diverse people, in diverse real-world locations.“ (Miller/Slater 2000: 1)

Nicht die technikhärenten Eigenschaften determinieren die Verwendung einer neuen Technik, sondern über die spezifische Anwendung im sozialen Kontext wird auf der Nutzerseite entschieden (Stegbauer 1999). Das Internet verändert damit nicht nur Kommunikation, vielmehr wird durch netzbasierte Kommunikation das Internet selbst verändert. Nach Castells ist das Internet eine besonders formbare Technologie, die dazu disponiert ist, durch ihre soziale Praxis zutiefst modifiziert zu werden (vgl. Castells 2005: 13). Daraus folgt auch, dass sich in der Netzwerkgesellschaft die Bedingungen für politisches Handeln ändern. Zwar mögen sich aufgrund von Individualisierungs- und Globalisierungsprozessen die Bedingungen für kollektives Handeln erschwert haben, aber es entstehen auch neue Formen des Protestes und politischen Handelns. So konnten netzbasierte Protestmaßnahmen durchaus Erfolge zeitigen, wie soeben ausgeführt wurde. Virtuelle Netzwerke können damit als eine Schnittstelle zur Überbrückung der „Kluft zwischen politischer Gesellschaft und gesellschaftlicher Individualisierung“ (Greven 1997) gesehen werden.

3 Netzbasierte Kommunikation

Im Folgenden wird auf unterschiedliche Formen netzbasierter Kommunikation detaillierter Bezug genommen. Dazu ist es zunächst notwendig, die zentralen Begriffe näher zu definieren. Diese werden auf soziale Formen wie Emails oder Mailinglisten beschränkt, Mensch-Maschine-Interaktionen, wie Datenbankabfragen oder programmgestützte Internetrecherchen etc. bleiben unberücksichtigt.

3.1 Entwicklung netzbasierter Kommunikation

Zentrales Kennzeichen netzbasierter Kommunikation ist, dass sie über Computernetzwerke vermittelt wird. Dadurch erreicht die technisch vermittelte interpersonale Kommunikation eine neue Qualität, da der konkrete Ort für die Kommunikation zunehmend unwichtiger wird. Wie andere Infrastruktureinrichtungen auch, stellt das Internet Verbindungen zwischen Menschen und Orten her. Es ist eine medientechnische Infrastruktur, die auf Computernetzwerken basiert und damit weltweit die Grundlage für neue Kommunikationsformen schafft. Kommunikation bzw. das Kommunikationsverhalten werden damit grundlegend verändert. Es zeichnet sich durch einen Hybridcharakter zwischen technischem und sozialem System aus. Den dabei neu entstehenden Kommunikationsraum bezeichnet Castells (2005: 10) als „Internet Galaxie“:

„Das Internet ist das Gewebe, auf dem unser Leben beruht. Wenn die Informationstechnologie für unsere Zeit das ist, was die Elektrizität im Industriezeitalter war, so lässt sich das Internet sowohl mit dem Stromnetz oder dem Elektromotor vergleichen, denn es besitzt die Fähigkeit, die Kraft der Information über den gesamten Bereich menschlicher Tätigkeit zu verbreiten.“ (ebenda: 9)

Das Internet wird dabei als Sammelbegriff für verschiedene Medien gebraucht, die auf einer vernetzten Infrastruktur aufbauen. Dadurch wird es dem Einzelnen ermöglicht, digitale Daten zu senden bzw. zu empfangen (vgl. Schmidt 2005). Das Internet ist streng genommen eine technische Lösung für die Vernetzung von Computern auf der Basis von verschiedenen Protokollen. Alltagssprachlich wird das Internet jedoch meist als Oberbegriff für unterschiedliche elektronische Netze und Dienste genutzt.¹³ Dabei wird zwischen der Technik und den unterschiedlichen Diensten nicht unterschieden, man spricht davon „ins Internet zu gehen“, wenn man Informationen im World Wide Web sucht, oder Dateien downloaden

¹³ Zur Geschichte des Internet und zur Beschreibung der unterschiedlichen Dienste vgl. Castells (2005), Döring (2003), Wersig (2000), Goll (2002).

möchte. Im Folgenden wird die alltagssprachliche Definition aufgegriffen und als Sammelbegriff für computervermittelte Kommunikation verwandt.

Entstanden ist das Internet als Computernetz Ende der 60er Jahre. Am Anfang stand das Computernetz ARPANET¹⁴, mittlerweile sind im Internet weltweit Millionen von Computern miteinander verbunden. Die Geschichte des Internet kann nach Rainer Rilling (2004) in drei Phasen unterteilt werden, in der sich jeweils ein grundlegender Wandel ereignete: Das Internet begann seine Karriere in den 70er Jahren als Netz des Militärs und wandelte sich in den 80er Jahren zum „internationalen Wissenschaftsnetz und Grassroots-Netzwerk“. Seit den 90er Jahren entwickelte es sich zum „globalen Ökonomie- und Gesellschaftsnetz“ (vgl. Rilling 2004).

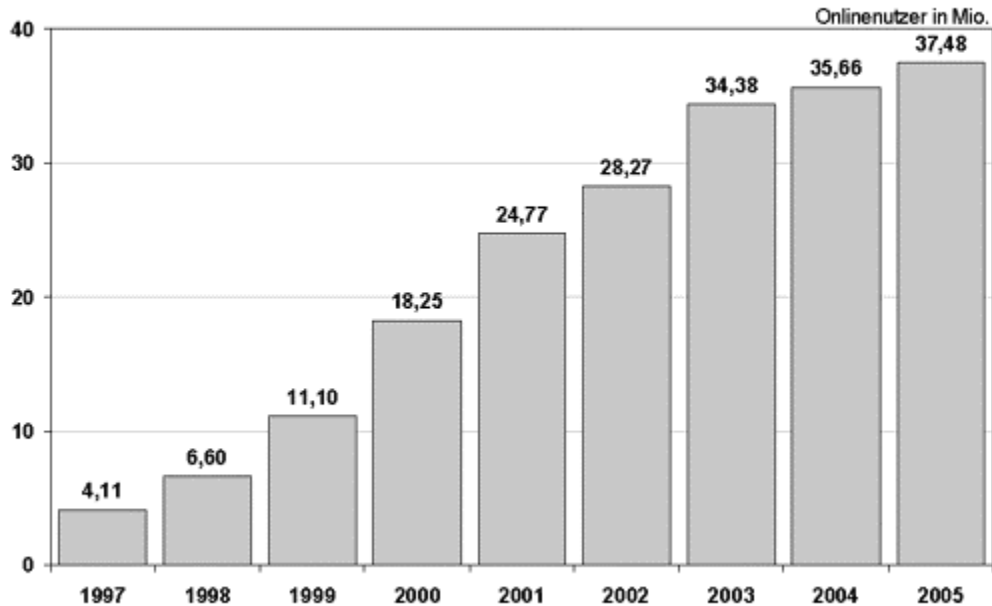
Grundstein für die private wie kommerzielle Erschließung des Internet war das im Jahre 1993 freigegebene World Wide Web (WWW). Das World Wide Web ist ein Internetdienst, mit dem Daten von Webservern heruntergeladen werden können. Insbesondere das WWW hat die Diffusion der Technologie weiter beschleunigt. Die Internetnutzung hat sich in den letzten zehn Jahren explosionsartig ausgeweitet. Waren im Jahre 2001 lediglich 39 % der bundesdeutschen Bevölkerung mit einem Netzzugang ausgestattet, verfügten im ersten Quartal 2006 bereits 65 % der bundesdeutschen Bevölkerung (ab 18 Jahren) über einen Internetzugang (vgl. Forschungsgruppe Wahlen 2006)¹⁵. Die Zuwachsraten fielen in den letzten Jahren allerdings deutlich geringer aus, als dies noch um die Jahrtausendwende der Fall war (s. Grafik). Bis zum Jahre 2003 lagen die Zuwachsraten im zweistelligen Bereich, seitdem sind die Zuwachsraten deutlich moderater. Von 2004 bis 2005 lag die Zuwachsrate noch bei 5 %: Mittlerweile sind es hochgerechnet 38,6 Millionen Bundesbürger, die Emails senden und empfangen, chatten, Informationen im Netz suchen und Einkäufe online tätigen (Eimeren van/Frees 2006).

¹⁴ Das ARPANET (Advanced Research Projects Agency) wurde im Auftrag des US-Verteidigungsministeriums entwickelt. Mit dem ARPANET entstand eine Vorform der heutigen Email.

¹⁵ Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internetnutzung. Für das erste Quartal 2006 wurden 3.816 Personen zwischen dem 24.01. und 09.03.2006 telefonisch befragt. Die Ergebnisse der drei kumulierten Umfragen sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren (Forschungsgruppe Wahlen 2006).

Entwicklung der Onlinenutzung

in Deutschland, 1997 - 2005



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland

Quellen: ARD-Online-Studie 1997, ARD-/ ZDF-Online-Studien 1998-2005

Die abnehmenden Zuwachsraten werden in der von ARD und ZDF durchgeführten Onlinestudie¹⁶ damit erklärt, dass die technikaffinen Menschen nunmehr flächendeckend am Netz seien.

„Dass die Stammklientel des Internets keine hohen Zuwachsraten mehr herausbildet, dürfte an der Sättigung der Internetverbreitung in diesen Gruppen liegen. Den höchsten Anteil an Internetnutzern haben weiterhin die 14- bis 19-Jährigen: Knapp 96 % aller Jugendlichen haben zumindest gelegentlichen Kontakt mit dem Internet.“ (Eimeren van/Frees 2005: 365)

In der Studie wird darüber hinaus darauf verwiesen, dass internetferne Gruppen zunehmend aufholen. So haben sich mittlerweile auch Nichtberufstätige und ältere Menschen mit dem Internet vertraut gemacht. Dadurch verschwimmen nach Ansicht der Autoren die sozialen Unterschiede in der Internetnutzung weiter, die damit ihren vormaligen Elitencharakter verliert, was zur Verringerung des Digital Divide¹⁷ führt (vgl. Eimeren van/Frees 2005). Der Digital Divide wird allein über

¹⁶ Die ARD/ZDF Online-Studien bilden seit 1997 jährlich die Internetentwicklung innerhalb der bundesdeutschen Bevölkerung ab. Für die Stichprobe werden Internetnutzer und – nichtnutzer aus der Grundgesamtheit der bundesdeutschen Erwachsenen ab 14 Jahren gezogen. Ergänzt wird die quantitative Studie um qualitative Untersuchungen, die Umgangsformen im Netz und unterschiedliche Zugangswege beleuchten (vgl. Eimeren van/Frees 2005).

¹⁷ Die These vom Digital Divide besagt, dass die soziale Ungleichheit zunimmt da nicht alle Menschen den gleichen Zugang zu den neuen Technologien haben, was zu einer Spaltung

die Frage des Netzzuganges definiert. Dieser ist aus globaler Perspektive auch manifest nachzuweisen (vgl. Rilling 2004, Zook 2004, 2005, Castells 2005). Auf der Ebene der westlichen Industrienationen macht es jedoch weniger Sinn, den Digital Divide allein über den Netzzugang zu definieren. Die sozialen Unterschiede liegen mittlerweile – jedenfalls für die westlichen Industrienationen – weniger in der Frage des Zuganges zum Netz, sondern vielmehr in der Frage der Nutzungsweisen. Von daher ist es sinnvoll, neben dem rein technologischen Netzzugang ein Augenmerk auf die Differenzen bei der Internetnutzung zu richten. Bikson und Panis (1996) kommen in ihrer quantitativen Untersuchung zu Zugang und Nutzung von neuen Technologien in den USA zu dem scheinbar paradoxen Ergebnis, dass der Unterschied zwischen jenen, die Informationen haben, und denjenigen, die nicht darüber verfügen, immer größer wird, obwohl der Zugang zum Netz und die IuK-Technologien ständig billiger werden. Sie erklären dies durch höchst unterschiedliche Nutzungsweisen des Internet, die stark mit soziostrukturellen Merkmalen korrelieren:

„There are information society havers and have-nots; membership in these two classes is significantly predicted by income, education, and – to a lesser extent – race/ethnicity, location, and age. Except for gender gaps, these disparities have persisted over a period when the technologies of interest have decreased dramatically in price and increased markedly in user-friendliness. More worrisome still, gaps based on income and education have not merely persisted but in fact have increased significantly. There is nothing in the data, then, to suggest that, without policy intervention, these gaps will close.“ (Bikson/Panis 1996: 426)

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen Iske u. a. (2004) in einer Untersuchung zum Kommunikationsverhalten von Jugendlichen im Netz. Auch sie stellen fest, dass die Art und Weise der Internetnutzung sehr stark von sozialen Strukturen abhängt. Der Bildungshintergrund erweist sich bei den Jugendlichen als zentrales Kriterium, um Differenzen in der Nutzung des Internet zu erklären.

„Nutzungsdifferenzen haben ihren Ursprung in der ungleichen Ausstattung der tatsächlichen und potentiellen NutzerInnen mit sozialen, kulturellen und materiellen Kapitalressourcen (vgl. Bourdieu 1986) und stellen ebenso die Basis für Prozesse der informellen Aneignung, Bildung und Beteiligung im Internet dar.“ (Iske/Klein u. a. 2004: 1)

Die Tatsache, dass soziale Strukturen die Internetnutzung beeinflussen, gilt nicht nur für Jugendliche, sondern trifft auch für die Gesamtbevölkerung zu. Darüber

der Gesellschaft in Informationsarme und Informationsreiche führt (vgl. Norris 2003, Perillieux/Bernnat u. a. 2000).

unterscheidet sich die Netznutzung auch nach dem Geschlecht: Männer nutzen das Netz häufiger als Frauen, allerdings verringert sich hier der Abstand kontinuierlich. Die Nutzung ist nach wie vor sehr unterschiedlich nach Alter, Bildung oder Stellung im Beruf.

„Ob jemand einen Internet-Zugang hat, steht noch immer in starkem Zusammenhang mit der formalen Bildung. Je höher der Bildungsgrad, desto eher verfügen die Befragten über einen Zugang. Im I. Quartal 2006 waren dies 85 % der Hochschulabsolventen, 66 % der Deutschen mit Mittlerer Reife, 46 % der Hauptschulabsolventen mit Lehre und weit unterdurchschnittliche 27 % der Hauptschulabsolventen ohne Lehre.“ (Forschungsgruppe Wahlen 2006)

Bezogen auf die Stellung im Beruf, liegen Selbstständige der Untersuchung zufolge in ihrem Nutzungsverhalten mit 80 % deutlich über dem Durchschnitt, während Arbeiter mit 38 % das Internet unterdurchschnittlich nutzen. Im Mittelfeld rangieren einfache und mittlere Angestellte und Beamten (63 %) sowie leitende und höhere Angestellte und Beamte (67 %) (vgl. Forschungsgruppe Wahlen 2006). Die Nutzung kommunikationstechnologischer Artefakte wird neben sozialstrukturellen Merkmalen auch durch den Kontext des jeweiligen Lebensstils beeinflusst. Vor dem Hintergrund der alltäglichen Lebensführung kam Schönberger (2000) in einer Studie zu Netzkommunikation im sozialen Nahbereich zu dem Ergebnis, dass

„diejenigen Befragten bei denen Arbeit und Freizeit tendenziell ineinander übergehen, die neuen IuK-Technologien auch intensiver zur Organisierung ihrer beruflichen wie persönlichen Beziehungen nutzen. Befragte hingegen, die die klassisch fordistische Trennung von Arbeit und Freizeit als ‚Konzept der alltäglichen Lebensführung‘ verfolgen, verbringen vergleichsweise wenig Zeit im Internet oder mit Netzkommunikation.“ (Schönberger 2000: 38)

Die Nutzung von Internet und Netzkommunikation hängt nach Schönberger davon ab, ob die Lebensführung fordistisch oder eher postfordistisch ist. Dem fordistischen Modus entspricht eine Trennung von Arbeit und Freizeit, die Lebensform ist typischerweise die traditionelle Kleinfamilie. Beim postfordistischen Modus ist eine Integration von Arbeit und Leben charakteristisch und die persönlichen Netzwerke werden zunehmend von deterritorialisierten sozialen Beziehungen geprägt (vgl. Schönberger 2000: 41). Der Hinweis von Schönberger ist insbesondere für die Empirie von Bedeutung, da die meisten Solo-Selbstständigen – bezogen auf die Entgrenzung von Arbeit und Leben – dem postfordistischen Modus der Lebensführung zuzurechnen sind.

3.2 *Netzbasierte Kommunikation: Alles Neu?*

Netzbasierte Kommunikation ist keine Neuheit bzw. Besonderheit des Internet, sondern lediglich eine neue Variante. Telefonieren ist ebenfalls eine technisch vermittelte Kommunikation, die jedoch die gleichzeitige Anwesenheit am jeweiligen Ort des Telefonanschlusses voraussetzt.¹⁸ Dies ist bei netzbasierter Kommunikation nicht mehr der Fall, sie hat den Vorteil der räumlichen bzw. zeitlichen Unabhängigkeit.¹⁹ Die gleichzeitige geografische Anwesenheit der Beteiligten an einem bestimmten Ort ist nicht mehr notwendig. Die ehemals notwendige physische Kopräsenz wird durch virtuelle Kopräsenz abgelöst. Über eine E-Mail-Adresse ist man weltweit erreichbar, die Adresse löst sich vom konkreten Ort, wird zur virtuellen Adresse, mit der man überall und von überall aus erreichbar ist.

Nach Heintz (2002) lässt sich das Neue an netzbasierter Kommunikation an fünf Merkmalen festmachen: Erstens ist die virtuelle Kommunikation eine Interaktionsform im Medium der Schrift, der Interaktionsduktus ist jedoch oft mündlich. Dadurch entsteht ein neuer hybrider Kommunikationsstil zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation. Zweitens fehlen bei virtueller Kommunikation die Hinweise auf die soziale Verortung der Teilnehmer. Status, Alter oder Geschlecht müssen folglich explizit gemacht werden und können nicht, wie im Falle direkter Interaktion, gesehen oder erschlossen werden. Drittens fehlen bei der virtuellen Kommunikation auch die üblichen nonverbalen Ausdrucksmittel. Es gibt zwar viele geschriebene Ausdrucksformen, sogenannte Emoticons, die Gefühle in netzbasierter Kommunikation ausdrücken sollen,²⁰ allerdings können sie die Bandbreite nonverbaler Kommunikation nicht zur Gänze ersetzen. Viertens kann die Reaktion auf eine Äußerung bei virtueller Kommunikation nicht über nonverbale Zeichen erschlossen werden, was das Verstehen erschweren und das Dissensrisiko erhöhen kann. Fünftens verbleiben die Interaktionspartner in vielen Fällen anonym. Dies ist der Fall, wenn sich die Teilnehmer hinter sogenannten Nicknames verbergen, was die Kommunikation auch unverbindlicher werden lässt (vgl. Heintz 2002: 135). Die Möglichkeit, im Netz anonym zu bleiben bietet jedoch unter Umständen auch die Chance über heikle

¹⁸ Dies gilt zumindest (noch) beim Festnetztelefon.

¹⁹ Gleiches gilt auch für das Mobiltelefon. Mit dem Handy ist man räumlich unabhängig, da man immer über die gleiche Telefonnummer erreichbar ist, egal wo man sich befindet. Durch die Nutzung von Mailboxen, auf der Nachrichten hinterlassen werden können, nimmt auch die zeitliche Unabhängigkeit zu. Man bleibt erreichbar, selbst wenn das Handy abgestellt ist.

²⁰ Emoticons sind Zeichenkombinationen der PC-Tastatur, mit denen man beispielsweise ein Augenzwinkern ;-) oder ein glückliches Gesicht ☺ ausdrücken kann.

Themen sprechen zu können, die man im direkten Kontakt ansonsten vielleicht gar nicht ansprechen würde. Daraus schlussfolgernd beschreibt Döring (1994) die Anonymität nicht negativ, sondern als Zustand maximaler Privatheit.

Der explizite oder implizite Vergleich von netzbasierter Kommunikation und Face-to-face-Kommunikation hakt oft daran, dass die eine Form an der anderen gemessen wird. Dadurch erscheint die Face-to-face-Kommunikation als die ursprüngliche und reichhaltigere, die netzbasierte Kommunikation hingegen als reduziertere Kommunikationsform.

“Wer Sozialität an die Kommunikation unter Anwesenden bindet, und damit auf den Begriff der Interaktion zurückführt, wird gar nicht anders können, als in der Mediatisierung (wie immer sie aussieht) den Verlust von Unmittelbarkeit, von Intimität, von Sozialität zu beklagen.“ (Paetau 1999: 271)

Vergleichende Untersuchungen belegen jedoch, dass netzbasiert z. T. offener, emotionaler und auch konfrontativer diskutiert wird, als in Face-to-face-Interaktionen (vgl. Herring 1994). Von daher hängt die Bewertung von computerbasierter Kommunikation davon ab, welche Perspektive eingenommen wird, bzw. von welchem Vergemeinschaftungs- bzw. Gemeinschaftsbegriff ausgegangen wird. Haythornthwaite/Wellman u. a. (2003) fokussieren bei der Analyse der Kommunikationsmöglichkeiten darauf, inwieweit der Nutzer bzw. die Nutzerin dabei aktiv sein kann. Dabei unterscheiden sie zwischen dem Web einerseits und dem Net andererseits. Das Web, das sie als Publikationsmedien bezeichnen, bietet den Nutzern einen Strom von Informationen, aber keine Möglichkeiten sich aktiv einzubringen. Die meisten Websites dienen dazu, Inhalte zu präsentieren; der Nutzer kann jedoch nicht direkt darauf reagieren bzw. verändern. Das Net als aktives Medium hingegen ist interaktiv. Hier können Informationen ausgetauscht, eine gemeinsame Wissensbasis entwickelt und Personen mit ähnlichen Ansichten oder Interessenlagen miteinander verbunden werden (vgl. Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003: 351 ff.).

Das Internet verändert nicht nur die Kommunikation zwischen Menschen bzw. deren Kommunikationsverhalten, sondern das Internet hat auch Auswirkungen auf die traditionellen, alten Medien. Nach Höflich (1996) lässt sich diese Veränderung an drei Merkmalen festmachen: Als Erstes führt er das Merkmal der Interaktivität an. Damit sind die Rückkoppelungsmöglichkeiten von Kommunikationssystemen gemeint, die eine gleichzeitige Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Kommunikationspartnern ermöglichen (z. B. Videokonferenz). Die herkömmlichen, „alten“ Medien sind – bezogen auf ihre Nutzeraktivität – als monofunktional zu bezeichnen. Zeitungen kann man lesen, Fern- kann man sehen und Radio kann man hören. Diese Monofunktionalität wird durch die neuen Medien

aufgehoben. Als zweites Merkmal wird die Individualisierung der Kommunikation angeführt, was Höflich als „de-massification“ bezeichnet. Damit ist gemeint, dass Mediennutzer nicht mehr Teil eines großen Massenpublikums sind, das von den Angeboten der Massenkommunikation abhängig ist. Vielmehr können Nutzer gegenseitig in kommunikativen Kontakt treten und eigene Kommunikationsabsichten realisieren. Beispiel hierfür ist die zunehmende Anzahl an Weblogs, kurz Blogs.²¹ Unter einem Blog werden persönliche Sites verstanden, die zunächst als Onlinetagebücher populär wurden. Sie enthalten subjektive Eindrücke und persönliche Berichte der Blogger sowie eine Liste von kommentierten Links zu anderen Websites oder News. Mittlerweile sind Blogs aus dem privaten Schattendasein ins kommerzielle Licht getreten. Viele Onlinemedien betreiben eigene Blogs, um damit ihren Leserkreis zu erweitern. Manche sehen im Aufkommen von Weblogs und deren starker Verbreitung eine neue Form von Graswurzel-Journalismus, der das Herstellen von Gegenöffentlichkeit ermöglichen soll (vgl. Graswurzeljournalismus: Online). Das dritte wesentliche Merkmal ist die Asynchronität der Kommunikation, womit die Aufhebung der zeitlichen Restriktion²² der Kommunikation gemeint ist (vgl. Höflich 1996: 14).

Insgesamt zeigt sich, dass netzbasierte Kommunikation über eigene Qualitäten verfügt und nicht einfach als reduziertere Kommunikationsform anzusehen ist. Vielmehr handelt es sich bei netzbasierter Kommunikation um ein hybrides Phänomen, bei dem sich Soziales und Technisches ebenso vermischen, wie ehemals getrennte Bereiche wie Privates und Öffentliches. Netzbasierte Kommunikation ist nichts grundsätzlich Neues, vielmehr ergänzt sie herkömmliche Formen der Interaktion und vermischt unterschiedliche Interaktionsformen.

„Netzkommunikation sollte als ein Phänomen der Hybridisierung analysiert werden, in dem es zu einer Verkettung, Vernetzung, Verknüpfung von Bekanntem mit Neuem, von habitualisierten Formen mit bislang Unbekanntem kommt. Eine solche Analyse von Netzkommunikation trifft die Sache weit besser als die laut und zum Teil mit missionarischem Eifer vorgetragene Version, es handelte sich hier um das Neue schlechthin, um das

²¹ Das Kunstwort „Weblog“ ist eine Zusammensetzung der Begriffe „Web“ und „Logbuch“. Schätzungen gehen von ca. 3 Millionen Weblogs im Internet aus (vgl. Schelske 2005: 142).

²² In der Diskussion um neue Informations- und Kommunikationstechnologien wird oft die Geschwindigkeit als neue Qualität im Vergleich zu den alten Medien angeführt. Dies ist jedoch nicht ganz zutreffend, denn auch ältere technologische Medien, wie z. B. der Fernschreiber oder das Fax haben Informationen über große Entfernungen hinweg ohne große Zeitverzögerung übermittelt.

Unvergleichliche – was dann die Medien, die Gesellschaft, ja die ganze Welt revolutioniere." (Schneider 1997: 30)

Die schnelle Ausbreitung und die hohe Akzeptanz netzbasierter Kommunikation lassen darauf schließen, dass netzbasierte Kommunikation von den Nutzern als eine adäquate und in vielfacher Hinsicht sinnvolle Kommunikationsform angesehen und auch so genutzt wird. Insbesondere Email und SMS hatten einen unerwarteten Erfolg. Niemand hatte vorhergesehen, dass die Kommunikationsform des SMS so populär werden würde. Vielmehr war man davon ausgegangen, dass SMS als zu umständlich eingestuft und folglich keine Verbreiterung finden würde. Stattdessen hat sich eine eigene verkürzte Sprache entwickelt, um SMS schneller tippen zu können.

3.3 Dimensionen netzbasierter Kommunikation

Im Internet existieren unterschiedliche Formen netzbasierter Kommunikation. Nach Schwalm (1998) lassen sich im Wesentlichen sieben Formen computervermittelter Kommunikation unterscheiden, die sich nach Zeit und Anzahl der Teilnehmer unterscheiden.

	One to one	One/many to many
Asynchron	Email	Mailingliste Newsgroup
Synchron	Talk	Chat
	Computerconferencing	
		MUD/MOO ²³

(Quelle: Schwalm 1998: 33).

Netzbasierte Kommunikation kann gleichzeitig (synchron) wie auch ungleichzeitig, d. h. zeitlich versetzt (asynchron) erfolgen. Damit ist gemeint, ob die kommunizierenden Akteure gleichzeitig oder zeitversetzt kommunizieren. Bezogen auf die Anzahl der Kommunikationspartner, wird zwischen einer „one to one“- oder „one to many“- bzw. „many to many“-Kommunikation unterschieden, je nach dem, an wie viele Teilnehmer die Nachricht gerichtet ist.

²³ MUDs (Multi User Domains) sind Onlinespiele für mehrere Personen. Entwickelt haben sie sich in erster Linie aus Abenteuer-Rollenspielen und existieren heute in großer Zahl (www.mud.de). MUDs unterscheiden sich von Chat dadurch, dass die MUDs in eine Spielhandlung eingebunden sind. Bei MOO (MUD Object Oriented) handelt es sich um eine Form von MUD, in der ein Benutzer mittels einer objektorientierten Sprache Objekte und Bereiche innerhalb der MOO erstellen kann.

Email zählt zu den ältesten und am weitesten verbreiteten Formen netzbasierter Kommunikation. Email hat sowohl im privaten wie geschäftlichen Leben breite Anwendung gefunden. Die populärste Form netzbasierter Kommunikation ist hingegen der Chat, in dem zwei oder mehrere Personen via Computer kommunizieren können. Chats sind eher dem privaten Bereich zuzuordnen. Die sozialwissenschaftliche Forschung stellte bei der Untersuchung von Chaträumen in erster Linie auf Identitätskonstruktionen ab, die sich aus dem „Leben im Netz“ (Turkle 1998) ergeben. Beim Chat handelt es sich um eine synchrone Kommunikation, während Email eine asynchrone Kommunikationsform darstellt.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf asynchronen Kommunikationsformen wie Email und Mailinglisten, da diese für die Arbeit der Medienschaffenden von großer Bedeutung sind. Synchrone Formen netzbasierter Kommunikation werden im Folgenden nur der Vollständigkeit halber vorgestellt, da sie im beruflichen Leben der Solo-Selbstständigen bislang eine geringere Rolle spielen.

3.3.1 *Synchrone netzbasierte Kommunikation*

Internetbasierte Kommunikation bietet die Möglichkeit der gleichzeitigen Kommunikation unter Abwesenden. Chatprogramme ermöglichen den synchronen Austausch von Videos, Bildern oder schriftlich verfassten Äußerungen zwischen beliebig vielen Kommunikationspartnern über jede geografische Distanz hinweg. Chatten ist, wie der Name bereits vermuten lässt, trotz der Schriftlichkeit mehr dem Duktus des mündlichen Gesprächs verpflichtet. Chats können ein bestimmtes Thema behandeln (On-Topic-Chats) oder thematisch unspezifisch sein. In diesen Chats wird in erster Linie Smalltalk betrieben und/oder geflirtet. Damit wird ein anonymer, aber gleichzeitig persönlicher Austausch ermöglicht, der Privatheit und Kontakte auf einer zunächst unverbindlichen erscheinenden Plattform ermöglicht (vgl. Thimm 2001). Der Chat ist in den letzten Jahren insbesondere bei jungen Menschen zu einem beliebten Hobby geworden.²⁴ Sozialwissenschaftliche Forschungen zu Chats beschäftigen sich vorrangig mit Identitäts- und Geschlechterkonstruktionen sowie sprachlichen Sonderformen usw. (vgl. Beißwenger 2001a, Döring 2003, Thiedeke 2004, Gräf/Krajewski 1997).

3.3.2 *Asynchrone netzbasierte Kommunikation*

Emails, Mailinglisten und Newsgroups sind Beispiele für asynchrone netzbasierte Kommunikation. Asynchrone netzbasierte Kommunikation setzt die gleichzeitige Anwesenheit des Kommunikationspartners im Netz nicht voraus. Dies ermöglicht Kooperationen über Zeitzonen und Entfernungen hinweg, was auch zu neuen Un-

²⁴ Zur Unterscheidung verschiedener Chatformen vgl. Döring (2001).

ternehmensstrukturen geführt hat: Mit der Einführung von virtuellen Teams ist nunmehr das Arbeiten am gleichen Produkt über verschiedene Zeitgrenzen hinweg möglich. Virtuelle Teams können in verschiedenen Erdteilen an der Entwicklung eines Produktes arbeiten. Wird in Europa der Arbeitstag beendet, dann kann an einem anderen Ort der Welt die Arbeit aufgenommen und weitergeführt werden.

Im Vergleich zu den synchronen Kommunikationsformen fanden die asynchronen bei sozialwissenschaftlichen Untersuchungen weniger Beachtung, bzw. die Forschung hierzu wurde stärker auf bestimmte Teildisziplinen fokussiert. Insbesondere in der Organisationssoziologie, weniger in der Arbeitssoziologie, sind Untersuchungen angesiedelt, die sich mit den Auswirkungen neuer Kommunikationsformen auf Organisationen beschäftigen. Dabei spielt die Analyse von Teamarbeit (z. B. virtuelle Teams) in Zusammenhang mit netzbasierter Kommunikation eine bedeutende Rolle (vgl. Goll 2002, Stegbauer 1995).

3.3.2.1 Email

Bei Email handelt es sich um elektronische Post, über die Netzwerkteilnehmer miteinander kommunizieren können. Bei den dabei ausgetauschten Nachrichten handelt es sich um Textdokumente, an die zusätzlich als Anlage Dateien beliebigen Inhalts angehängt werden können. Email wird sowohl für lokale Netzwerke, Netzwerke mittlerer Reichweite als auch über lange Distanzen via Internet genutzt (vgl. Goll 2002). Jeder Benutzer benötigt seinen eigenen privaten Briefkasten, in dem Nachrichten abgelegt werden können. Die Hauptattraktivität von Email liegt nicht nur in der asynchronen und schnellen Übertragung. Vielmehr wird es als unkompliziertes Kommunikationsmittel genutzt, um mit Freunden, Familienmitgliedern und im Beruf zu kommunizieren. Nach Castells macht Email 85 % der Internetnutzung aus, der größte Teil davon entfällt auf Arbeitsaufgaben und Kontaktpflege mit Familien und Freunden (vgl. Castells 2005: 131).

Stegbauer (1995) hat sich aus der Organisationsperspektive mit der Einführung von Email in Unternehmen beschäftigt. Dabei ging er der Frage nach, wie sich das Kommunikationsverhalten in Organisationen durch die Einführung von Email verändert, ob sich neue Partizipationsformen herausbilden und dabei Hierarchie im Unternehmen abgebaut wird. Die Annahme, dass netzbasierte Kommunikation egalitärer sei, wurde nicht bestätigt. Bei der durchgeführten Netzwerkanalyse von internetbasierter Kommunikation kam er vielmehr zum Ergebnis, dass wie in „realer“ Kommunikation Ungleichheit produziert wird (vgl. Stegbauer 1995, 2001).

Für Schelske (2005) stellt Email eine „Socialware“ dar. Damit ist gemeint, dass E-mailkommunikation eine eigene soziale Dynamik beinhaltet. Auf die soziale Bedeutung und die sozialen Implikationen netzbasierter Kommunikation ver-

weisen auch Garton und Wellman (1995). Sie verweisen explizit auf die Verbindung zwischen Computernetzen und sozialen Netzwerken. Ein Computernetzwerk wird dabei nicht als technisches Artefakt definiert, sondern als Kommunikationsnetzwerk.

„E-Mail is a communication network operating on a computer network that supports social networks.“ (Garton 1995: 434)

Damit verknüpfen sie die Ebene der Technik mit Kommunikation und sozialen Netzwerken. Emailen wird als zusätzlicher Kommunikationsmodus gesehen.

„Email dient in vielen Fällen der Unterstützung von Face-to-face Begegnungen. Face-to-face Interaktionen werden durch sie also weniger verdrängt, als vielmehr ergänzt und verbessert.“ (Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003: 353)

Der Erfolg von Email wird oft darauf zurückgeführt, dass unabhängig von Ort und Zeit miteinander kommuniziert werden kann. Deshalb gilt es als schnelles Medium. Technisch gesehen ist es ohne Zweifel sehr schnell, doch die gesellschaftliche Durchsetzungskraft von Email beruht nicht allein auf der Geschwindigkeit der Datenübertragung, sondern

„auf der Entschleunigung sprachlicher Kommunikation (Telefon) und der Beschleunigung schriftlicher Kommunikation (Brief).“ (Schelske 2005: 143)

Email ist für viele Menschen eine alltägliche Kommunikationsform geworden, die sowohl beruflich wie privat genutzt wird. Vorteile liegen sowohl in der schnellen als auch in der unkomplizierten Form des Emailens. Die Zeiten, in denen man langwierige, stark formalisierte Geschäftsbriefe geschrieben hat, scheinen vorüber zu sein. Emailen ist eine Form des schriftlichen Gesprächs (Beißwenger 2001b) und hat gegenüber dem Gespräch den Vorteil, dass es gleichzeitig auch dokumentiert, was im Arbeitsleben eine wichtige Rolle spielt. Der fehlende direkte Kontakt der Kommunikationspartner kann manchmal auch entlastend sein, ein Email zu schreiben ist meist einfacher, als ein unangenehmes Telefongespräch führen zu müssen.

Wenn man von der Schnelligkeit des Emails spricht, dann meint man die Zeit, die die Information zur Überwindung des Raumes braucht. Die Zeit, die benötigt wird, um über Email oder via Mailingliste etwas zu regeln, bleibt oft unberücksichtigt. So ist das Email bei Verhandlungen und Problemanalysen oftmals nur bedingt geeignet, da es sich hier oft als zu zeitaufwendig entpuppt. Nach Stegbauer (1999) kommt es trotz der schnellen Informationsübertragung zu einer Entschleunigung von Kommunikationsprozessen. Das liegt daran, dass das Abhandeln von Problemen via Email viel länger dauert. Wer schon einmal versucht

hat, mit mehreren Personen im Netz einen Termin zu vereinbaren oder eine Absprache zu treffen, weiß, wovon Stegbauer spricht.

3.3.2.2 Mailinglisten

Eine Mailingliste ist ebenfalls ein elektronischer Kommunikationsdienst. Er beruht auf einem einfachen Programm, das eingehende Mails an die Listenteilnehmer weiterleitet. Das Prinzip der Mailingliste besteht darin, dass Mitteilungen von *einem* Absender an *viele* andere Teilnehmer gleichzeitig versandt werden. Man meldet sich bei einem Listenverwaltungsprogramm mit einer Email an und erhält dann die Mails, die an eine definierte Anzahl von Adressaten gepostet, bzw. weitergeleitet wird. Nachrichten werden automatisch jedem Teilnehmer an die eigene Adresse geschickt.

Informationen, die über die Mailingliste verteilt werden, sind wie normale Mails aufgebaut: Sie bestehen aus einer Kopfzeile (Header), einem Text (Body) und einer Signatur. Thematisch zusammengehörende Nachrichten mit gemeinsamem Betreff bilden einen Thread. Durch den Betreff kann man sich in der Mail aufeinander beziehen und so die Diskussion strukturieren.

Mailinglisten können als offene Liste allen Interessenten offen stehen oder als geschlossene zugangsbeschränkt sein. Bei geschlossenen Mailinglisten ist der Zugang an einen „Subscribe-Antrag“ beim Moderator der Liste gebunden. Damit wird der Zutritt zur jeweiligen Mailingliste geregelt. Bei moderierten Mailinglisten ist die Hauptaufgabe des Moderators, die Diskussion kontinuierlich zu strukturieren und zu bündeln, um damit die Übersichtlichkeit des Diskussionsverlaufs sicherzustellen. Dazu werden meist in regelmäßigen Abständen Zusammenfassungen erstellt (vgl. Lührs/Albrecht u. a. 2004: 13). Handelt es sich um ein Diskussionsforum mit einem konkreten Inhalt, werden sich abzeichnende Ideen gemeinsam mit den Teilnehmern herausgearbeitet und weiterentwickelt. Mailinglisten haben ihre eigenen Regeln und Normen. So werden Beiträge, die gegen die Netiquette (darunter werden die Regeln der Onlinekommunikation gefasst), verstoßen, von den Moderatoren nicht weitergeleitet, die Autoren davon persönlich unterrichtet. Mehrfache Verstöße können zum zeitweiligen oder generellen Ausschluss führen. Der Moderator verfügt damit über die Macht der Inklusion bzw. Exklusion von Listenmitgliedern.

Über Mailinglisten wurde bislang weniger geforscht. Insbesondere qualitative Auswertungen sind kaum vorhanden. Die meisten Studien zu Mailinglisten sind sehr stark quantitativ orientiert (vgl. Korenman/Wyatt 1996, Pötschke 2002, Stegbauer 2005, Luzar 2004). Vorrangiges Ziel dieser Untersuchungen war es, mittels der Blockmusteranalyse Beziehungsstrukturen herauszuarbeiten (Stegbauer 2000). Dadurch können die formalen Beziehungsstrukturen verdeutlicht werden. Aller-

dings können darüber hinaus keine Aussagen über die subjektive Bedeutung der Mailingliste für die Listenteilnehmer gemacht werden.

3.3.2.3 Newsgroup

Eine Newsgroup ist ein Diskussionsforum zu einem bestimmten Thema. Newsgroups sind als Kommunikationsform den Mailinglisten sehr ähnlich. Allerdings werden bei einer Newsgroup die einzelnen Diskussionsbeiträge nicht an alle Abonnenten gepostet, wie dies bei einer Mailingliste der Fall ist, sondern werden auf einem Server bereitgestellt. Dieser ist für die Nutzer öffentlich zugänglich und kann dort abgerufen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass netzbasierte Kommunikation bestehende Kommunikationsmöglichkeiten durch die Aufhebung zeitlicher und räumlicher Restriktionen erweitert. Netzkommunikation stellt damit eine andere aber nicht notwendig schlechtere Form der sozialen Begegnung und Interaktion dar. Sie kann andere Kommunikationsformen partiell, aber nicht generell ersetzen. Bedeutsamer ist, dass Netzkommunikation andere Kommunikationsformen ergänzt und insbesondere vor dem Hintergrund räumlicher Entgrenzung eine zunehmende Bedeutung erfährt. Allerdings entstehen dadurch auch neue Begrenzungen (z. B. durch den Wegfall nonverbaler Ausdrucksformen), was den Aufbau von vertrauensvollen Beziehungen auch erschweren kann. Die Frage, die sich dabei stellt, ist, ob durch netzbasierte Kommunikation die Entstehung einer virtuellen Sozialität überhaupt möglich ist. Zur weiteren Klärung dieser Fragen werden im nächsten Abschnitt empirische Studien zu netzbasierter Kommunikation vorgestellt.

4 Empirische Studien zu netzbasierter Kommunikation

Mit der Verbreitung des Internet begann auch die Erforschung des neuen Kommunikationsraumes. Im deutschsprachigen Raum nahm die Anzahl der Publikationen, die sich mit internetbasierten Informationsangeboten und internetbasierter Kommunikation beschäftigen, ab Mitte der 90er Jahre deutlich zu (vgl. Münker/Roesler 1997, Weingarten 1997, Thimm 2000, Thiedecke 2000).

Mittlerweile sind das Internet sowie computervermittelte Kommunikation für mehr als die Hälfte der bundesdeutschen Bevölkerung (vgl. Eimeren van/Frees 2006) zu einem festen Bestandteil des alltäglichen Lebens geworden. Die Auswirkungen werden von den Sozialwissenschaften zunehmend als eigenständiges Forschungsfeld unter vielfältigen Perspektiven empirisch untersucht. Ein eher kommunikationswissenschaftlich und sozialpsychologisch orientierter Diskussionsstrang geht dabei der Frage nach, welche neuen Kommunikationsformen, Normen und Regeln durch Netzkommunikation entstehen und wie sich diese von Face-to-face-Kommunikation unterscheiden (Höflich 1996, 2003). In der sozialpsychologischen Forschung steht die Frage der Identitätsbildung im Zentrum (Döring 2001, Döring 2003, Thimm/Ehmer 2000). Soziologische Untersuchungen fokussieren auf die Bereiche sozialer Ungleichheit (Norris 2003, Perillieux/Bernnat u. a. 2000) und Vergemeinschaftungsprozesse (DiMaggio/Hrgittai u. a. 2001, Dollhausen/Wehner 2003, Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003, Heuser 1996, Kardorff von 2005, Hall/Wellman 1985 Wellman 1996) sowie auf Auswirkungen auf Arbeit und Organisation (vgl. Boes 2005, Schmiede 1996, Goll 2002, Heiskanen/Hearn 2004, Hirschfelder/Huber 2004, Kahlert/Kajatin 2004).

Innerhalb der soziologischen Diskussion ist mittlerweile unstrittig, dass durch die neuen Kommunikationstechnologien ein neuer sozialer Raum entsteht, der erweiterte Kommunikations- und Vernetzungsmöglichkeiten bietet. Kontrovers diskutiert werden allerdings die sozialen Auswirkungen dieser Entwicklung. Die Diskussion war anfänglich stark polarisiert und bewegte sich zwischen der Euphorie neuer virtueller Gemeinschaften (Rheingold 1994) und pessimistischen Ansätzen (Postman 1992), die eine zunehmende Isolierung der Menschen, den Verlust von Gemeinschaften (Putnam 2000) sowie das Entstehen eines digitalen Nomadentums (Preisser 2001) befürchteten. Die Argumentationen bleiben jedoch – unabhängig von den jeweiligen inhaltlichen Positionen – einem Technikdeterminismus²⁵ verhaftet, den man eigentlich schon glaubte, überwunden zu

²⁵ Zur Debatte um den Technikdeterminismus innerhalb der Arbeits- und Techniksoziologie vgl. Weingart (1989).

haben. Beide Extrempositionen gehen implizit davon aus, dass die neuen Technologien eine determinierende Prägekraft bei gesellschaftlichen Veränderungsprozessen haben.

Uneinigkeit besteht lediglich darüber, ob diese positiv oder negativ ausfallen. Dabei bleibt unberücksichtigt, dass Technik in der Technikanwendung laufend verändert und modifiziert wird. Techniknutzung sowie die Implementation von Technologien müssen vielmehr als offener Prozess begriffen werden (Stegbauer 2000, Höflich 1996, Weingart 1989). Mittlerweile hat sich die Diskussion um die Auswirkungen inhaltlich stark ausdifferenziert. Eine Fülle von empirischen Untersuchungen widmet sich unterschiedlichen Teilaspekten des Themas, um dem Mythos Internet (Münker/Roesler 1997) wissenschaftlich beizukommen.

Bezogen auf die vorliegende Arbeit lassen sich die empirischen Forschungen zu den sozialen Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechnologien zu drei relevanten Fragestellungen verdichten:

Die erste Fragestellung bezieht sich auf einen möglichen Bedeutungsverlust des Raumes. Der Raum ist von elementarer Bedeutung, da kollektives Handeln typischerweise an einen Ort gebunden ist. Wenn dieser an Bedeutung verliert, stellt sich die Frage, inwieweit der digitale Raum die soziale Funktion des Ortes hinreichend übernehmen kann.

Ob die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien erweiterte Partizipationsmöglichkeiten bieten und damit auch mobilisierenden Charakter haben, ist die zweite Fragestellung. Mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien geht oftmals die Hoffnung einer Demokratisierung der Wissensbestände einher. Begründet wird die Hoffnung mit der prinzipiellen Offenheit des Netzes, was eine allgemeine Teilhabe sowie ein erweitertes politisches und soziales Engagement ermögliche (Gimmler 2000, Lührs/Albrecht u. a. 2004, Metje 2005, Scherer 1998, kritisch hierzu: Hoecker 2002).

Als dritter Bereich interessiert die bereits viel diskutierte Frage, ob durch netzbasierte Kommunikation neue Formen von Gemeinschaften entstehen. Dabei stand zunächst die Frage von Identität im Zentrum und weniger eine handlungsorientierte Perspektive, die auf kollektive Interessen abstellt. Der Frage nach Sozialität im Netz wird im Folgenden unter der Netzwerkperspektive nachgegangen, da sich die virtuellen Netzwerke der Solo-Selbstständigen in erster Linie durch schwache Bindungen auszeichnen. Der Gemeinschaftsbegriff erscheint weniger passend, da dieser sowohl auf räumliche Nähe, wie auf starke Beziehungen abstellt, was bei virtuellen Netzwerken gerade nicht der Fall ist.

Alle drei Bereiche sind von zentraler Bedeutung, wenn es um die Beantwortung der Frage geht, inwieweit sich im Netz kollektives Handeln realisieren lässt, bzw. wo die Chancen und auch die Grenzen netzbasierter Aktionen liegen.

4.1 Bedeutungsverlust des Raumes?

Kollektives Handeln ist in erster Linie gemeinsames Handeln, das an einem gemeinsamen Ort zum Ausdruck gebracht wird. Zentraler Ort für die Mobilisierung gemeinsamer Interessen ist meist der Betrieb. Selbstständige in der Medienwirtschaft haben aber meist keinen gemeinsamen Ort, wie den Betrieb, der als Bezugspunkt und Treffpunkt für gemeinsames Handeln dienen könnte. Sie können sich aber im Netz verbinden. Die Frage, die sich daran anschließt, ist jedoch, ob der digitale Raum den realen Ort ersetzen kann, wenn es um das Aushandeln von gemeinsamen Interessen und um das Entstehen dafür geht.

Die Verbreitung der neuen Kommunikationstechnologien löste, nicht nur in der Soziologie, eine Debatte über eine veränderte Rolle des Raumes aus. Zentraler Punkt in der Diskussion ist die These vom Bedeutungswandel bzw. -verlust des Raumes.²⁶ Geht man der Frage eines möglichen Bedeutungsverlustes des Raumes nach, erscheint es zunächst sinnvoll, sich über den Raumbegriff zu verständigen. Der Raumbegriff der Soziologie ist stark von der Physik, bzw. genauer, von der klassischen Mechanik im Sinne Newtons geprägt. Für Newton war der Raum die physikalisch-mathematische Vorstellung eines unendlichen Behälters. Der Raum wurde dabei als objektive, vom Menschen losgelöste Realität verstanden (euklidischer Raum), der das soziale Geschehen wie ein Behälter umschließt. Die Annahme des Raumes als Container verlor durch die Entwicklung der Relativitätstheorie von Einstein an Bedeutung. Das abstrakte Raumverständnis wich einem relationalen Raumbegriff, Raum wurde nun in Zusammenhang mit Zeit und Materie diskutiert. Körperliche Objekte bilden dabei mit dem Raum einen unauflösbaren Zusammenhang.

²⁶ Die „Krise des Raumbewusstseins“ ist keineswegs neu, wie Läßle (1991) kritisch anmerkt, sondern wurde auch schon als Metapher bei früheren technischen Neuerungen herangezogen: So schrieb Heinrich Heine anlässlich der Eröffnung der Bahnstrecke von Paris nach Orléans und Rouen im Jahr 1843: „Welche Veränderungen müssen jetzt eintreten in unsrer Anschauungsweise und in unseren Vorstellungen! Sogar die Elementarbegriffe von Zeit und Raum sind schwankend geworden. Durch die Eisenbahn wird der Raum getötet, und es bleibt uns nur noch die Zeit übrig (...). In viereinhalb Stunden reist man jetzt nach Orléans, in ebensoviel Stunden nach Rouen. Was wird das erst geben, wenn die Linien nach Belgien und Deutschland ausgeführt und mit den dortigen Bahnen verbunden sein werden! Mir ist, als kämen die Berge und Wälder aller Länder auf Paris angerückt. Ich rieche schon den Duft der deutschen Linden; vor meiner Tür brandet die Nordsee.“ (zit. n. Schivelbusch 1977: 39)

„Ein relationaler Raumbegriff, wie er in der Physik seit Einstein Verwendung findet, verzichtet auf ein festes Referenzsystem, von dem aus der Raum beobachtet und gemessen werden kann. Für Einstein ist – im Gegensatz zu Newton – der Raum nicht ohne Beziehung zu einem anderen Gegenstand stets gleich und beweglich, sondern abhängig von der Position des Beobachters.“ (Paetau 1999: 279)

Das Problem der Soziologie ist nach Läßle (1991), dass sie mit einem überkommenen Raumbegriff arbeitet, der weder dem naturwissenschaftlichen Erkenntnisstand, noch unserem veränderten Wahrnehmungsverhalten entspricht. Die Debatte um den Bedeutungsverlust des Raumes zeigt seiner Ansicht nach,

„dass man in der jeweiligen historischen Situation eher dazu neigt, an eine „Außerkraftsetzung“ oder an eine „Aufhebung“ des „Raumes“ zu denken, als sich die Unangemessenheit historisch tradierter Raumvorstellungen bewusst zu machen.“ (ebenda: 42)

Seiner Ansicht nach wird mehr implizit als theoretisch reflektiert mit einem euklidischen Raumverständnis gearbeitet, in dem der Raum als dreidimensionales Gebilde vorausgesetzt wird. Die Konzeption des Raumes als Behälter wurde auch von der Migrationsforschung aufgenommen, wobei der Nationalstaat den Behälter darstellt (vgl. Pries 1997). Migration wurde dabei als Bewegung von einem Behälter (dem Herkunftsland) in einen anderen Behälter (Zielland) interpretiert. Nach Pries mag dies für die Vergangenheit eine angemessene Sicht der Dinge gewesen sein, gilt aber nicht mehr für die Gegenwart. Grenzüberschreitende Wanderungen werden fast immer im Rahmen von Netzwerkstrukturen interpersoneller Beziehungen realisiert. Dabei entstehen Migrationsnetzwerke zwischen denjenigen die weggehen und denen, die vor Ort geblieben sind. Damit findet eine Ausdehnung sozialer Räume über mehrere Flächenräume statt, was Pries als transnationale soziale Räume beschreibt. Pries spricht dabei von einer Verschachtelung von geografischen und sozialen Räumen, die eine multipolare flächenextensionale Bindung aufweisen:

„Global Villages als real existierende sozial-räumliche Dörfer sind virtuelle Dörfer im Sinne ihrer geografischen Flächenextension, die nicht mehr unipolar und einheitlich sind, sondern sich über sehr viele Lokaltäten verteilt.“ (ebenda: 17)

Eine bedeutende Rolle bei der Entstehung transnationaler Räume kommt den neuen Kommunikationstechnologien zu, die diese „globalen Dörfer“ miteinander verbinden. So beschreibt Albrow (1997), wie dank verbesserter Kommunikationstechnologien entfernte Beziehungen aufrechterhalten werden können. In seiner ethnografischen Untersuchung zu Telefongemeinschaften von Migranten in Lon-

don stellt er eine weitgehende Entkoppelung sozialer Beziehungsnetze vom Ort fest.

„Die Zeit-Raum-Verdichtung ermöglicht, verwandtschaftliche Beziehungen nach Indien oder Jamaika in ähnlicher Weise wie nach Birmingham oder Brentford zu unterhalten.“ (ebenda: 308)

Martina Löw konzeptualisiert den Raum als Produkt menschlichen Handelns. Sie fordert eine Neukonzeption einer Raumsoziologie und eine Präzisierung des soziologischen Raumbegriffes, in dem der Raum nicht mehr in erster Linie als materielles Objekt, als bloße Randbedingung des Handelns verstanden wird (vgl. Löw 2001: 12). Raum wird dabei als ein Gebilde verstanden, das durch ein Beziehungswechselspiel von Handlungen und Strukturen konzipiert wird.

„Ich gehe dazu von einem Raum, der verschiedene Komponenten aufweist, aus. Das heißt, ich wende mich gegen die in der Soziologie übliche Trennung in einen sozialen und materiellen Raum, welche unterstellt, es könne ein Raum jenseits der materiellen Welt entstehen (sozialer Raum), oder aber es könne ein Raum von Menschen betrachtet werden, ohne dass diese Betrachtung gesellschaftlich vorstrukturiert wäre (materieller Raum). Analytisch gehe ich daher von einem sozialen Raum aus, der gekennzeichnet ist durch materielle und symbolische Komponenten.“ (ebenda: 15)

Dass der Raum in erster Linie als sozialer zu fassen ist, findet sich bereits bei den soziologischen Klassikern: Simmel (1908) verwies darauf, dass ein Raum immer ein sozialer ist, der erst durch soziale Strukturierung bzw. durch soziales Handeln zum Raum wird.

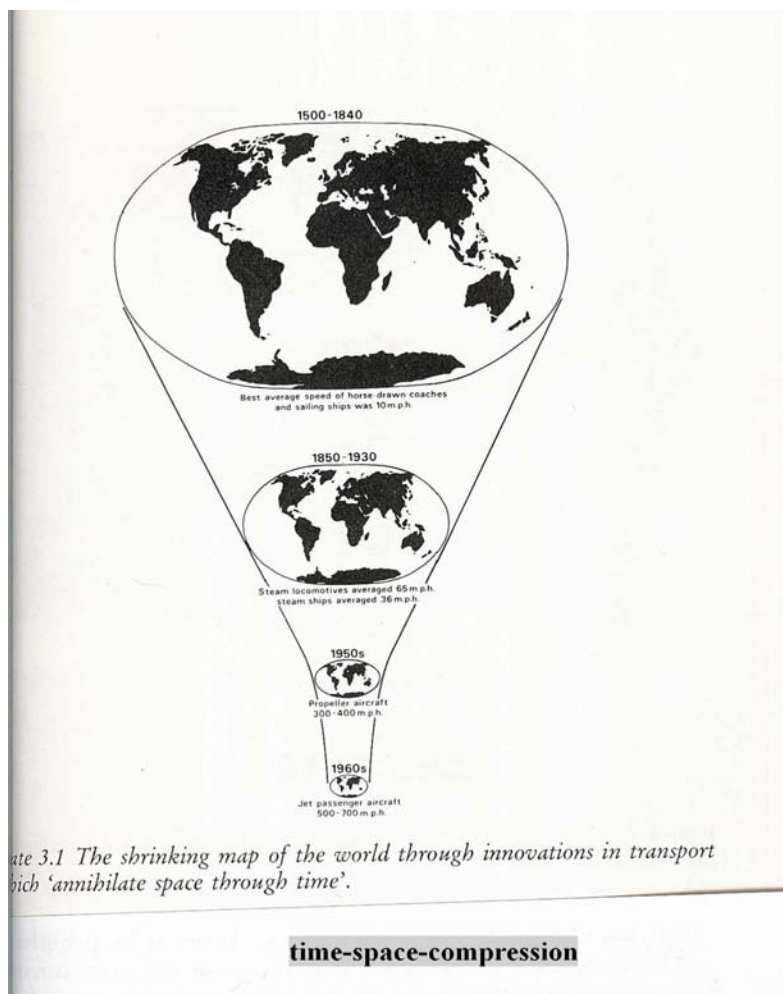
„Nicht der Raum, sondern die von der Seele her erfolgende Gliederung und Zusammenfassung seiner Teile hat gesellschaftliche Bedeutung.“ (ebenda: 688)

Ein sozialer Raum ist bei Simmel von sozialen Wechselbeziehungen erfüllt. Findet nur ein isoliertes Nebeneinander statt, so spricht Simmel vom unerfüllten Raum. Von daher wird nach Simmel die Wechselbeziehung unter Menschen als Raumerfüllung empfunden. Simmel geht von der Ausschließlichkeit des Raumes aus, d. h. es existiert nur ein einziger allgemeiner Raum, der sich in unterschiedliche Teilräume aufteilt. Damit dachte er den Raum letztendlich ebenfalls als euklidischen Raum, der seine natürlichen Begrenzungen hat, aber in sich teilbar ist. Diese Beschränkung wurde durch das Entstehen virtueller Kommunikationsräume weitgehend aufgehoben. Der virtuelle Raum ist vielfach vermehrbar: Computernetze werden größer und dehnen sich täglich aus, es entstehen neue soziale Beziehungen im Netz, wodurch neue soziale Räume entstehen.

Die These vom Bedeutungsverlust gewinnt insbesondere mit dem Globalisierungsdiskurs sowie der Debatte um die raum-zeitlichen Auswirkungen neuer Informations- und Kommunikationstechnologien erneut an Bedeutung.

„Informationen werden heute zeitgleich weltweit zur Verfügung gestellt, Kultur- und Sportereignisse werden zu realtime globalen Ereignissen, Chats im Internet zum globalen Kommunikationsmedium – Personen können daran unabhängig von ihrer jeweiligen Lokalisierung partizipieren, als ob sie am selben Ort wohnen: Raum scheint also in der Tat eine zunehmend geringere Bedeutung zu spielen.“ (Trinczek 2002: 2)

Harvey 1989 hat diese Entwicklung als time-space-compression beschrieben, wonach die Welt sozusagen immer kleiner wird, weil Entfernungen immer schneller überwunden werden können. Dies geht so weit, dass die verkürzte Zeit den Raum vernichtet. Die Beschleunigung der Transporttechnologien lässt die Welt kleiner erscheinen, da Orte in immer kürzerer Zeit erreichbar werden, was die folgende Grafik zeigt.



aus: Harvey (1989: 241)

Für Giddens (1995) ist die Problematik von Zeit und Raum zentraler Baustein seiner Theorie der Strukturierung. Raum-Zeit-Beziehungen sind für ihn fundamental für die Produktion und Reproduktion gesellschaftlichen Lebens. Er unterscheidet dabei zwischen dem Ort, als den natürlichen Hort des Sozialen, und dem Raum. In vormodernen Zeiten waren Ort und Raum weitgehend deckungsgleich. In der Moderne tritt der Ort hingegen seine Rolle zunehmend an den Raum ab. Gleichzeitig wird dem Raum aber nicht zugetraut, diese Rolle zu übernehmen.

„In vormodernen Gesellschaften fallen Raum und Ort weitgehend zusammen, weil die räumliche Dimensionen des gesellschaftlichen Lebens für den größten Teil der Bevölkerung und in den meisten Hinsichten von der ‚Anwesenheit‘ bestimmt werden: an einen Schauplatz gebundene Tätigkeiten sind vorherrschend. Mit dem Beginn der Moderne wird der Raum immer stärker vom Ort losgelöst, indem Beziehungen zwischen ‚abwesenden‘ Anderen begünstigt werden, die von jeder gegebenen Interaktionssituation mit persönlichem Kontakt örtlich weit entfernt sind.“ (ebenda 1995: 30)

Die zunehmende Trennung von Raum und dem Ort bezeichnet er als die „Veräumlichung des Sozialen“. Diese ist nach Giddens kein Ergebnis der neuen Technologie, sondern Bestandteil des Modernisierungsprozesses, der allerdings durch neue Kommunikationstechnologien vorangetrieben wird. Der damit einhergehende Bedeutungsverlust des Ortes führt zum Disembedding (Giddens 1995). Allerdings werden durch die neuen Raumüberwindungs- und Kommunikationstechnologien auch Beziehungen zwischen abwesenden Anderen begünstigt. Der Ort wird dabei nicht mehr nur durch Anwesendes strukturiert und verliert damit seine einst absolute Bedeutung für die Entstehung und Stabilisierung des Sozialen. Dieser Verlust an Unmittelbarkeit führt nach Giddens zu einer Auflösung der traditionellen Bindungen und erschwert damit die Herausbildung sozialer Ordnung. Demzufolge wäre

„die gegenwärtige Entwicklung eine Deformierung menschlicher Kommunikation, die nur scheinbar Sozialität bewirkt, aber in Wahrheit soziale Entropie erhöht, zumindest Entfremdung.“ (ebenda: 110)

An diesem Zitat wird deutlich, dass Giddens von einer Hierarchisierung von Kommunikation ausgeht: Die lokale Face-to-face-Kommunikation wird als die „wirkliche“, die dem sozialen Wesen angemessene Kommunikation stilisiert, während Netzkommunikation eine degenerierte Kommunikationsform darstellt, die Entfremdung erhöht. Diese Dichotomisierung zwischen wirklicher und virtueller Kommunikation ist wenig hilfreich, da Giddens davon ausgeht, dass eine Kommunikationsform die andere ersetzt.

Castells (2005) vermeidet diese Dichotomisierung zwischen sozialen und virtuellen Orten bzw. Räumen. Er denkt den Raum vielmehr als Informationsraum. Damit entsteht eine eigene, vom konkreten Ort losgelöste Form sozialräumlicher Organisation.²⁷ Räumliche Distanzen und zeitliche Diskontinuitäten verlieren an Bedeutung; es entstehen Formen „medial vermittelter Kopräsenz“ (Urry 2002) und Interaktionsformen jenseits von Raum und Zeit.

Castells fokussiert seine Diagnose auf die strukturelle Ebene und vernachlässigt damit handlungstheoretische Ansätze, da sich der Raum durch konkrete Handlungen konstituiert. Wird die Perspektive handlungstheoretisch erweitert, entpuppt sich nach Schmidt (2002) die These der Raumlosigkeit als zu simpel, da die Kommunikationstechnologien zwar Distanzen überwinden, aber sie verknüpfen auch zwei oder mehr Orte miteinander, an denen die Kommunikationspartner situiert sind (ebenda: 14). Ähnlich argumentiert auch Stegbauer (2001), der die These vom Bedeutungsverlust des Raumes als Entstrukturierungsfiktion kritisiert. Durch das Internet sei die räumliche Trennung zwar überwindbar, der Raum behalte aber dennoch seine Bedeutung. Dies begründet er damit, dass das technische Netz nicht gänzlich vom physisch-räumlichen sozialen Netzwerk zu trennen sei. Von daher könne von einem überflüssig Werden des Ortes bzw. des Lokalen keine Rede sein (vgl. ebenda: 53 ff.).

Wird der Raum erst durch Handlungen konstituiert, stellt sich die Frage, ob der Ort bei der Herausbildung von Sozialität dann nicht überschätzt wird (vgl. Paetau 1997). Paetau versucht deswegen, die Bedeutung des Raumes und des Ortes sowie die Veränderung der Verhältnisse beider für das Entstehen von Sozialität zueinander zu klären,

„(...) insbesondere welche Relevanz der Ortsgebundenheit von Kommunikation oder sozialen Handlungen für die Entstehung sozialer Ordnung beigemessen werden muß.“ (ebenda: 107)

²⁷ Ähnlich wie Castells argumentiert auch Appadurai (1998), der ebenfalls davon ausgeht, dass sich durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien verschiedene, sich überlappende scapes bilden. Unter scapes versteht er sich überlappende Kosmen von weltweit kursierenden Symbolen, derer sich die Menschen bedienen, um ihr alltägliches Handeln zu organisieren und ihre Identität zu konstruieren. Dabei unterscheidet er Techno-, Ethno- und Socioscapes (vgl. Appadurai 1996). Urry definiert scapes als „the networks of machines, technologies, organizations, texts and actors that constitute various interconnected node along which the flows can be relayed“ (Urry 2000b: 35). Als Beispiele für Scapes benennt er Transportsysteme für Menschen und Güter, Kommunikationskabel und -einrichtungen (Sendemasten etc.), Mikrowellenkanäle für Mobiltelefone, Satelliten und sonstige Infrastrukturen für Kommunikation und Datenaustausch.

Mit der Entstehung und Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien verändert sich das räumliche Wahrnehmungsverhalten, und damit auch unsere Gewohnheiten, räumliche Grenzziehungen für unsere soziale Identität einzusetzen. Das könnte dazu führen, dass neue Formen sozialer Bindungen entstehen, die den neuen Kommunikationsverhältnissen auf den Leib geschnitten sind (vgl. Paetau 1997: 107). Dadurch wird der soziale Raum

„nicht mehr durch geografische Aspekte bestimmt, sondern primär als ein Netzwerk von Kommunikation, das sich von seinen geografischen Voraussetzungen weitgehend befreit hat.“ (Paetau 1996: 30)

Computernetzwerke verbinden wie Straßen und Schienen Menschen miteinander. Damit lassen sich Computernetzwerke mit einer Verkehrsinfrastruktur vergleichen, auf der Güter und Informationen zu Wasser, in der Luft und auf der Straße von einem Zentrum zum anderen fließen. Dieser Wandel der Infrastruktur ist ausschlaggebend für das neue Informationszeitalter. So wie Verkehrsnetze Menschen verbinden und es dem Einzelnen ermöglichen, geografisch verstreute soziale Netzwerke aus Freunden, Bekannten und zur Familie aufrechtzuerhalten, so verbinden Computernetzwerke Menschen und ermöglichen es ihnen, Arbeitsbeziehungen und Freundschaften mit Personen einzugehen und zu pflegen, die man unter Umständen noch gar nicht Face-to-face getroffen hat (vgl. Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003: 369). Ein Computernetzwerk kann folglich ein soziales Netzwerk ebenso fördern, wie dies Straßen tun.

“computer-mediated communication ... will do by way of electronic pathways what cement roads were unable to do, namely connect us rather than atomize us” (Patton, 1986 zit. nach Wellman/Milena 1999: 332)

Das bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass der virtuelle Raum den geografischen Ort überflüssig werden lässt. Um es an einem Beispiel aus der Arbeitswelt zu verdeutlichen: Wissensarbeiter sollen von überall auf der Welt ihrem Job nachgehen können. Wer kennt sie nicht, die Bilder von Freelancern im sonnigen Süden, die ihrem Job in der kalten Bundesrepublik entfliehen und ihn stattdessen sonst wo ausüben? Die Realität sieht jedoch anders aus: Die meisten Selbstständigen in der Medienwirtschaft leben im städtischen Raum (Rehberg/Stöger 2004). Auffallend ist darüber hinaus die deutliche Konzentration auf die bundesdeutschen Medienzentren wie München, Köln, Hamburg, Berlin und Leipzig. Die Vorstellung, dass man sich dank neuer Technologien irgendwo niederlassen könne und von dort aus den Kontakt mit Auftraggebern pflegen kann, erweist sich dann doch oftmals als schwierig. Die Annahme, dass der Arbeits- bzw. Wohnort der Auftragnehmer nahe am Ort von Auftraggebern oder potenziellen Auftraggebern liegen, wird auch durch die Untersuchung zu Solo-Selbstständigen in der New Economy vom Institut für Arbeit und Technik bestätigt:

„Dem regionalen Umfeld kommt daher offenbar eine größere Bedeutung zu, als es als Klischee vom frei flottierenden und grenzenlos mobilen E-Lancer nahe legt.“ (Vanselow 2002: 164)

Der regionale Bezug ist gerade wegen des persönlichen Kontaktes zu kleinen und mittleren Unternehmen wichtig.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der Raum nicht an Bedeutung verliert, sondern dass auch völlig neue Räume entstehen, bzw. eine „Verschachtelung von Räumen“ (Pries 1997) stattfindet. Der soziale Raum wird aber nicht mehr nur durch geografische Aspekte bestimmt, sondern als ein Netzwerk von Kommunikation verstanden. Die Medien schaffen dabei selbst Orte, die unabhängig von geografischen Orientierungen sind. Die Bedeutung des physischen Raumes tritt zurück und an seiner Stelle kann der virtuelle Raum Bedeutsamkeit für das Handeln der Akteure gewinnen (Stegbauer 1998: 3). Daraus folgt aber nicht, dass neue Kommunikationstechnologien das Lokale bzw. den Ort überflüssig werden lassen. Vielmehr gibt es auch Hinweise darauf, dass netzbasierte Kommunikation nicht nur die Beziehungen zu weit Entfernten erleichtert, sondern auch die Bedeutung des Lokalen stützen kann. Wellman/Hogan (2004) sprechen deshalb von einer Glokalisierung von sozialen Beziehungen.

4.2 Mehr Demokratie und Partizipation?

Demokratisierung und Partizipation sind Begriffe, die oft im Zusammenhang mit dem Internet und netzbasierter Kommunikation genannt werden (Egloff 2002). Weit verbreitete These hierbei ist, dass das Internet zu einer Demokratisierung der Wissensbestände und damit auch zu erweiterten Partizipationsmöglichkeiten beiträgt (vgl. Scherer 1998). Politische Partizipation wird dabei meist im Zusammenhang mit einer Stärkung demokratischer Mitbestimmung und größerer Bürgernähe diskutiert. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Datennetze zur Selbstorganisation von sozialen Bewegungen genutzt werden können (Wetzstein/Dahm u. a. 1995, Castells 2002). Jürgen Habermas äußert sich hingegen kritisch zu der Frage, ob die dezentrale Organisationsstruktur des Internet zu einem Strukturwandel der Öffentlichkeit führt. Er betrachtet die informationstechnische Entwicklung primär als Bedrohung lebensweltlicher Zusammenhänge:

„Einerseits verzweigen und verdichten sich die anonymen, nicht-intentionalen, keinem handelnden Subjekt mehr zurechenbaren systemischen Verbindungen (...). Andererseits entstehen durch die elektronische Massenkommunikation, beispielsweise durch den Informationsaustausch über Internet, weltweite, territorial entwurzelte und voneinander segmentierte Öffentlichkeiten, globale Dorfgemeinschaften oder Kommunikations-

inseln, mit denen das öffentliche Bewusstsein keineswegs kosmopolitisch erweitert, sondern hoffnungslos zersplittert wird.“ (Habermas 1995: 4)

Mittlerweile hat sich eine unaufgeregtere Diskussion zur Frage der Partizipation im Internet entwickelt. Das Internet wird mittlerweile weder als „technisch mögliche, perfekte Verwirklichung des basisdemokratischen Traums einer Rundum-Partizipation“ (Gimmler 2000: 191) noch als die „technologische Verhinderung von Demokratie überhaupt und die Zerstörung der gewonnenen demokratischen Kultur“ (ebenda) gesehen.

Positiv gewertet werden die Möglichkeiten netzbasierter Kommunikation oft für Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Verbände. Insbesondere die Möglichkeiten zur Mobilisierung von Protestpotenzial, zur Vorbereitung von Veranstaltungen und Kampagnen sowie die vielfältigen Varianten der Kommunikation (one to many), lassen die Erwartungen an das Internet seitens der neuen sozialen Bewegungen steigen. Greve (1997) beschreibt am Beispiel der Vorbereitungen der Weltfrauenkonferenz, wie verschiedene NGOs durch die Nutzung elektronischer Kommunikationsmittel ihre zivilgesellschaftliche Gestaltungsmacht stärken und ausbauen konnten. Daraus entwickelt sie die These, dass netzbasierte Kommunikation die Transparenz, die Vernetzung unterschiedlicher Akteure sowie die Dezentralisierung politischer Entscheidungen fördert. Sie sieht dies darin bestätigt, dass im Rahmen der Vorbereitungen der Weltfrauenkonferenz die virtuelle Vernetzung der NGOs auch Auswirkungen auf das dann dort verabschiedete UN-Dokument hatte.

Nach Kardorff (2005) eignet sich das Internet für die Kommunikation in Verbänden und sozialen Bewegungen aus verschiedenen Gründen besonders gut. Zum einen gibt es keine Bindung mehr an bestimmte Orte, was eine bessere Teilhabe der geografischen wie sozialen Peripherie bewirkt. Darüber hinaus kann sich jeder mit eigenen Aktivitäten on- und offline beteiligen, da alle Beteiligten eine für alle verfügbare gemeinsame Informationsbasis haben. Zudem wird eine dezentrale Kommunikation ermöglicht, die Aktivisten schnell und flexibel mobilisieren kann, andererseits bei Entscheidungen auch zu Koordinations- und Legitimationsproblemen gegenüber der Basis führen kann. Last, but not least ist diese Mobilisierungsform noch sehr kostensparend, was insbesondere für Vereine und Initiativen, die über wenig Finanzmittel verfügen, von großer Bedeutung sein kann (vgl. Kardorff 2005: 86).

Rainer Rilling (2003) steht der These der Demokratieförderung und den erweiterten Partizipationsmöglichkeiten durch das Netz deutlich kritischer gegenüber. Er geht von einer zunehmenden Kommerzialisierung des Internet aus, was er am Beispiel der Digitalen Stadt Amsterdam verdeutlicht. Die Digitale Stadt Amsterdam begann im Jahre 1994 zunächst als Experiment, um einen

elektronischen Dialog zwischen dem Stadtrat und den Bewohnerinnen und Bewohnern von Amsterdam einzurichten. Mit der Digitalen Stadt Amsterdam entstand eine neue Form der Öffentlichkeit, in der lokale Institutionen, Basisorganisationen und Computernetzwerke miteinander vernetzt wurden, um die Bürgerbeteiligung zu erhöhen. Sie war als Multi-User-Domain (MUD) organisiert und sollte einen öffentlichen Raum darstellen, der für alle kostenfrei zugänglich sein sollte. Die virtuellen Bewohner konnten im Netz eine Wohnung beziehen und Communities bilden. Dabei sollte es eine deutliche Trennung zwischen den kommerziellen Interessen und dem Recht der Bürger auf informationelle Grundversorgung geben. Das Projekt wurde alsbald populär, hatte einen außerordentlichen Erfolg und wurde zur Heimat einer reichen Kultur von Subcommunities und Subkulturen aller Art (vgl. Rilling 2003).

Dies änderte sich schlagartig im Jahre 2001. Das Netz der Digitalen Stadt Amsterdam wurde privatisiert, der Zugang daraufhin kostenpflichtig. Ergebnis des Privatisierungsprozesses war, dass die Digitale Stadt Amsterdam zunehmend kommerzialisiert und letztendlich zu einem Anhängsel der lokalen Tourismuswerbung wurde. Dies konnte nach Rilling deshalb geschehen, da vorher die Eigentumsrechte an der Domäne der Digitalen Stadt nicht hinreichend geklärt waren.

„Die linke Illusion, sich in der großen Freiheit des Netzes nicht um Fragen des Eigentums und der Kontrolle kümmern zu müssen, führten zu einer neoliberalen Transformation des vormals libertären Projekts.“ (Rilling 2003)

Aus den gegenübergestellten Positionen wird deutlich, dass das Netz aufgrund seiner Dezentralisierung nicht per se Partizipationsmöglichkeiten erhöht. Die Kommerzialisierung des Internet schreitet ohne Frage voran. Der Bereich des E-Commerce gewinnt zunehmend an Bedeutung.

Als Fazit der Untersuchungen lässt sich festhalten, dass eine generelle Euphorie hinsichtlich neuer Partizipationsmöglichkeiten durch das Internet nicht angebracht erscheint. Vielmehr gilt zu fragen, unter welchen Rahmenbedingungen das Netz positive Auswirkungen auf Partizipationsprozesse haben kann. Das Netz an sich hat keine aktivierende Wirkung. Wer sich nicht engagiert, tut das auch nicht, nur weil mehr Angebote bestehen. Als Mobilisierungsinstrument für politisches Handeln scheint es sich demnach nicht zu eignen. Hilfreich kann das Netz aber sein, wenn es um die Unterstützung bzw. Ausweitung von bestehenden Initiativen geht, sei es, dass sich Globalisierungsgegner weltweit vernetzen können oder dass Verbände das Netz als zusätzlichen Informationskanal nutzen, was in Kap. 5.3 bzw. 5.5 noch weiter ausgeführt wird.

4.3 Neue Vergemeinschaftungsformen?

Im Folgenden werden empirische Studien vorgestellt, die sich mit der Frage beschäftigen, ob und wie sich virtuelle Gemeinschaften in traditionelle Formen von Vergemeinschaftung einordnen lassen, bzw. ob hierbei überhaupt Gemeinschaften entstehen können. Die Debatte wurde zu Beginn allerdings stark entlang des Gemeinschaftsbegriffes geführt, was wenig zielführend war (vgl. Castells 2005). Sinnvoller erscheint es deshalb, anstatt von virtuellen Gemeinschaften von virtuellen Netzwerken zu sprechen (vgl. Wittel 2001).

Mit dem Begriff des „digitalen Dorfes“ hat McLuhan (1968) in seinem Buch „The Gutenberg Galaxy“ bereits in den 60er Jahren auf die zunehmende Virtualisierung verwiesen. Nach McLuhan löst das elektronische Zeitalter die Gutenberg Galaxis ab. Durch die elektronischen Massenmedien verliert die menschliche Kommunikation ihre räumlichen und zeitlichen Begrenzungen und wächst zu einem globalen Dorf zusammen, in dem jeder mit jedem kommunizieren kann (vgl. McLuhan 1968).

Als Pionier und „Erfinder“ der virtuellen Gemeinschaften gilt Howard Rheingold mit seinem gleichnamigen Buch (Rheingold 1994). Er hat als Erster den Gemeinschaftsbegriff auf netzbasierte Kommunikationsformen angewandt. Gemeinschaft definiert er über gemeinsam getragene Gefühle, sie muss nicht mit einem physischen Ort verbunden sein. Nach Rheingold sind virtuelle Gemeinschaften

„soziale Zusammenschlüsse, die dann im Netz entstehen, wenn genug Leute diese öffentlichen Diskussionen lange genug führen und dabei ihre Gefühle einbringen, so dass im Cyberspace ein Geflecht persönlicher Beziehungen entsteht.“ (Rheingold 1994: 16)

Rheingold hat den Begriff der virtuellen Gemeinschaften geprägt, als das Netz noch eine Sache von wenigen Freaks war, die sich mit dem Computernetzwerk WELL²⁸ ein Kommunikationsmedium geschaffen haben. Bei WELL handelt es sich um eine Onlinegemeinschaft, die in der Region der San Francisco-Bay während der 70er Jahre als gegenkulturelle Bewegung entstanden ist. Die Gründer von WELL entstammten der amerikanischen Landkommunenbewegung, die mit WELL die neuen Kommunikationsmöglichkeiten erprobten. Bei WELL handelte es sich damit keineswegs um eine rein virtuelle Gemeinschaft, sondern vielmehr um eine Online- wie Offlinegemeinschaft. WELL war lokal auf die Francisco Bay konzentriert und stellte für die dortigen Communitymitglieder ein zusätzliches Kommunikationsmittel dar. Von daher ist der Begriff der virtuellen Gemeinschaft von Rheingold nicht sonderlich treffend gewählt, da die WELL-Community lokal

²⁸ Zur Geschichte von WELL vgl. Hafner (2001).

verortet war, sich die Mitglieder größtenteils kannten und über den gleichen kulturellen Hintergrund verfügten.

Der Begriff der virtuellen Gemeinschaft wird vielfach kritisiert. Hintergrund hierfür ist, dass der Gemeinschaftsbegriff in der Soziologie ein voraussetzungsvoller, bzw. belasteter Terminus (Braun 2001: 146) ist. Kritiker der virtuellen Gemeinschaften berufen sich in erster Linie auf Tönnies (1963), der zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft unterscheidet. Für Tönnies ist die Ortsbindung neben der Bluts- und Geistesbindung eines der drei zentralen Kriterien seines Gemeinschaftsbegriffes. Gemeinschaft kann nur in der Unmittelbarkeit der sozialen Beziehungen entstehen. Hinzu kommen affektive Nähe und besonders enge Verbundenheit. Tönnies versteht darunter in erster Linie Primärbeziehungen, also familiäre und verwandtschaftliche Beziehungen. Diese Gemeinschaften sind von überschaubarer Größe und ermöglichen ihren Mitgliedern in der Regel eine Face-to-face-Kommunikation. Während die Mitglieder der Gesellschaft „getrennt bleiben trotz aller Verbundenheiten“, bleiben die Mitglieder einer Gemeinschaft „verbunden trotz aller Trennungen“ (ebenda). Max Weber hingegen spricht von Vergemeinschaftung und meint damit

„eine soziale Beziehung, wenn und soweit die Einstellung des sozialen Handelns – im Einzelfall oder im Durchschnitt oder im reinen Typus – auf subjektiv gefühlter (affektuellem oder traditionaler) Zusammengehörigkeit der Beteiligten beruht.“ (Weber 1980: 21)

Die Mitglieder der Gemeinschaft fühlen sich miteinander verbunden, sie orientieren sich aneinander und verfügen über gemeinsame Werte. Als charakteristisches Beispiel nennt Weber die Familiengemeinschaft oder die kameradschaftlich zusammenhaltende Truppe. Von Vergesellschaftung spricht er hingegen, wenn eine soziale Beziehung besteht, in der das soziale Handeln zum rationalen Interessenausgleich führt. Dabei benennt er drei Typen der Vergesellschaftung: die Tauschbeziehung, zweckrational motivierte Zweckverbände sowie wertrational motivierte Gesinnungsverbände. Weber wies bereits darauf hin, dass z. B. Verbände als Mischformen auftreten können, da auch zweckrationale Beziehungen, die wie im Verband längerfristig angelegt sind, zu emotionalen Beziehungen führen können. Soziale Beziehungen können dabei sowohl den Charakter der Vergemeinschaftung als auch den der Vergesellschaftung haben.

Hilfreich ist die Kategorisierung von Utz (1999), die drei zentrale Definitionsmerkmale virtueller Gemeinschaften herausgearbeitet hat: Das erste Merkmal bezieht sich auf die computervermittelte Kommunikation, die den Rahmen für virtuelle Gemeinschaften bildet. Computervermittelte Kommunikation ist damit eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für die Bildung virtueller Gemeinschaften. Internetbasierte Sozialräume können nicht automatisch mit vir-

tuellen Gemeinschaften gleichgesetzt werden; sie sind sozusagen nur die Rahmung, die Gruppenprozesse ermöglichen. Als zweites Merkmal führt sie die Interessengemeinschaften an, was sich auf das gemeinsame Thema als konstitutives Merkmal des Vergemeinschaftungsprozesses bezieht. Als drittes Merkmal werden die sozialen Beziehungen genannt, womit die soziale Identifikation mit einer Gruppe gemeint ist (vgl. Utz 1999: 17 ff.). Damit bezieht Utz den Gemeinschaftsbegriff weder auf die lokale Verbundenheit, noch auf die emotionale Bindung. Sie bezieht sich damit mehr auf den Vergesellschaftungsbegriff von Weber, was die Frage aufwirft, ob bei dieser Definition der Gemeinschaftsbegriff überhaupt noch eine zutreffende Kategorisierung sozialer Beziehungen im Netz darstellt. Nach Gläser (2005) dominiert in der gesamten Debatte ein nicht reflektierter Begriff von Gemeinschaft. Dieser weist zwar diffuse Verbindungen zu Tönnies auf, verbleibt aber dennoch auf der Ebene eines nicht reflektierten Alltagsbegriffes. Darüber hinaus hat die Debatte um virtuelle Gemeinschaften auch zu großen Missverständnissen geführt, da dadurch eine ideologische Diskussion hervorgerufen wurde,

„(...) die sich nach der alten, räumlich abgegrenzten Gemeinschaft sehnten und jenen, die enthusiastisch für die auf freier Wahl beruhenden Gemeinschaften des Internet eintraten.“ (Castells 2005: 138)

Die begriffliche Trennung zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft bzw. Vergemeinschaftungs- und Vergesellschaftungsprozessen verändert sich mit den neuen raumüberwindenden Technologien, welche die Welt kleiner erscheinen lassen. Damit wird das „Wir“ weiter gefasst als zu Zeiten, in denen die Mobilität der Menschen mangels Infrastruktur und Verkehrsmitteln noch sehr eingeschränkt war.

Castell wie Wellman plädieren für den Netzwerkbegriff, da ihnen die Netzwerkperspektive als geeignet erscheint, soziale Beziehungen im Zeitalter der Netzwerkgesellschaft zu analysieren.

„Zur großen Transformation der Soziabilität ist es in komplexen Gesellschaften (...) gekommen, als Netzwerke räumliche Gemeinschaften als wesentliche Formen der Soziabilität ersetzt haben.“ (Castells 2005: 140).

Dies hat den Vorteil, dass soziale Beziehungen nicht mehr so stark auf Primärbeziehungen fokussiert sind, sondern sowohl schwache wie auch starke soziale Bindungen Berücksichtigung finden.

„Useful approaches define community not in terms of locality, but as social networks of interpersonal ties that provide sociability, support, information, a sense of belonging, and social identity.“ (Quan-Haase/Wellman 2002: 2)

Darüber hinaus lassen sich im Netzwerkansatz soziale und technische Systeme konzeptionell miteinander verknüpfen. Technik erscheint damit selbst als ein „fait social“ (Durkheim) und erschließt sich als ein Phänomen, das soziologisch analysierbar ist (vgl. Becker/Paetau 1997, Weingarten 1988, Weingart 1989).

Für die vorliegende Arbeit, in der die Bedeutung virtueller Netzwerke für Solo-Selbstständige im Zentrum steht, ist die Netzwerkperspektive aus folgenden Gründen sinnvoll:

1. Erstens ermöglicht die Netzwerkperspektive die Verbindung von sozialen und virtuellen Beziehungen.
2. Zweitens sind Gemeinschaften stark auf Primärbeziehungen bzw. traditionell festen Bindungen aufgebaut. Die Stärke der Netzwerke, als offene soziale Systeme, liegt aber in der Organisation der starken wie schwachen Beziehungen.
3. Drittens sind die sozialen Beziehungen im Netz zu vielfältig, um sie alle unter den Gemeinschaftsbegriff subsumieren zu können.²⁹
4. Viertens ist der Gemeinschaftsbegriff normativ sehr hoch aufgeladen, der Netzwerkbegriff erscheint neutraler.

²⁹ Für Teilbereiche, z. B. für eine Gruppe von Entwicklern, die gemeinsam an Freeware Programmen arbeiten, mag der Begriff der Gemeinschaft durchaus zutreffend sein. Durch die Arbeit am gemeinsamen Projekt kann durchaus ein Gemeinschaftsgefühl und Gefühl der Zusammengehörigkeit entstehen. Für viele andere Diskussionsräume im Netz fehlt jedoch die gemeinschaftliche Orientierung, da die Motive und Interessenlagen der Akteure zu heterogen sind. Der gemeinsame Zugang zum Netz erscheint nicht ausreichend um von Gemeinschaften sprechen zu können (vgl. Stegbauer 2005: 218).

5 Netzwerke: Kulturtechnik der Moderne

Die Analyse sozialer Netzwerke als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung hat in der Soziologie eine lange Tradition. Meist wird dabei als Erstes auf Simmel bzw. auf seinen für die Netzwerkforschung relevanten Aufsatz „Die Kreuzung sozialer Kreise“ (Simmel 1908) verwiesen, in dem er die Rolle des Individuums im Vergesellschaftungsprozess thematisiert. Simmel sieht die Modernisierung des 19. Jahrhunderts vor allem darin, dass mit der

„Differenzierung der sozialen Gruppe die Nötigung und die Neigung wachsen wird, über ihre ursprünglichen Grenzen in räumlicher, ökonomischer und geistiger Beziehung hinauszugreifen und (...) bei wachsender Individualisierung (...) eine zentrifugale Tendenz als Brücke zu andern Gruppen zu setzen. (...) die Differenzierung und Individualisierung lockert das Band mit den Nächsten, um dafür ein neues - reales und ideales - zu den Entfernteren zu spinnen.“ (Simmel 1990: 47/48)

Das Individuum konstituiert sich in seinen sozialen Beziehungen bzw. durch seine Zugehörigkeit zu verschiedenen Gruppen. Zusätzlich verweist Simmel darauf, dass sich die Individualisierung dadurch auszeichnet, dass Bindungen sich zunehmend als Beziehungen freier Wahl darstellen, die sich nicht mehr nur auf das Lokale beziehen. Die von Simmel erwähnten zentrifugalen Kräfte sind die Voraussetzung dafür, Beziehungen zu entfernteren Personen aufbauen und pflegen zu können.

Nach Keupp (1987) sind Netzwerke ein modernes Phänomen und verweisen begrifflich und metaphorisch auf einen gesellschaftlichen Umbruch, der im Zusammenhang mit sozialer Differenzierung und Modernisierung zu sehen ist. Soziale Netzwerke können demnach als Schnittstelle zwischen Gesellschaft und Individuen angesehen werden. Netzwerke sind zwar nichts grundsätzlich Neues, haben aber in Zeiten von Individualisierung und Globalisierung und nicht zuletzt durch die mikroelektronische Revolution eine Renaissance (vgl. Frerichs/Wiemert 2002) erfahren.

Soziale Netzwerke als „Kulturtechnik der Moderne“ (Barkhoff 2004) problematisieren die Einbindung des modernen Individuums in die soziale Umwelt und seine zunehmende Herauslösung aus unmittelbaren traditionellen Zusammenhängen. Soziale Netzwerke sind damit ein Signum des Individualisierungsprozesses, denn es handelt sich um frei gewählte Bindungen, statt um familiär und historisch überkommene und unhinterfragbare Beziehungen. Nach Heiner Keupp ist

„das Netzwerkkonzept von bemerkenswerter Schlichtheit und deshalb auch schnell definiert: Es bezeichnet die Tatsache, dass Menschen mit anderen sozial verknüpft sind und vermittelt für dieses Faktum eine bildhafte Darstellungsmöglichkeit. Menschen werden als Knoten dargestellt, von denen Verbindungsbänder zu anderen Menschen laufen, die wiederum als Knoten symbolisiert werden.“ (Keupp 1987: 12)

Unter einem sozialen Netzwerk lässt sich demnach ein Set von Personen beschreiben, die durch bestimmte Beziehungen miteinander verbunden sind. Soziale Netzwerke bieten emotionale und soziale Unterstützung; sie übernehmen persönlichkeitsstabilisierende Funktionen, bieten Solidarität und Unterstützung etc., und damit soziale Funktionen, die sonst nur Primärgruppen zugeschrieben werden (vgl. Gräf 1997).

Der Begriff des Netzwerkes hat im Laufe seiner „Karriere“ einen deutlichen Wandel vollzogen. Lange wurden Netzwerke in Organisationen in erster Linie im Bereich des Informellen angesiedelt. In der Managementliteratur der 80er Jahre taucht der Begriff des Netzes zur Beschreibung menschlicher Organisationen fast ausschließlich abwertend auf: meist als Form heimlicher oder illegitimer Beziehungen (vgl. Boltanski/Chiapello 2003: 204). Bezogen auf den Arbeitsmarkt waren Netzwerkbeziehungen die umgangssprachlich genannten „Vitamin B-Beziehungen“, die einen Statusvorsprung sichern sollten, den sich insbesondere sozial Privilegierte zunutze machen konnten.

Die Begriffskonnotation hat sich seit den 1990er Jahren grundlegend geändert. Netzwerken wird nunmehr eine spezielle Problemlösungskompetenz zugesprochen, die mehr Potenzial entfalten können, als die Summe ihrer Mitglieder.

„In dem Maße wie Wissen zur entscheidenden Ressource wird, über die einzelne Akteure nicht monopolartig verfügen können, bilden Netzwerke eine Organisationsform kollektiven Wissens (...).“ (Frerichs/Wiemert 2002: 17)

Der Netzwerkbegriff wird heute, zumindest implizit, als eine effizientere soziale Form dargestellt (vgl. Boltanski/Chiapello 2003: 193). Anhand von Managementliteratur zeigen Boltanski und Chiapello, dass die Metapher des Netzwerkes seit den 1990er Jahren verstärkt positiv konnotiert verwendet wird. Der Tenor dabei ist, dass Netzwerke den neuen Anforderungen besser entsprechen, als herkömmliche hierarchisch und bürokratisch organisierte Institutionen. Zudem bezieht sich der Begriff des Netzwerkes sowohl auf soziale wie technische Aspekte, was eine breite Anwendung des Netzwerkbegriffes ermöglicht:

„Unter diesem neuen Begriff lassen sich die unterschiedlichsten Veränderungen zusammenfassen, weil er gleichzeitig auf Möglichkeiten neuer

Informationstechnologien verweist, auf die Entwicklung neuer Organisationsformen in Netzwerken, auf zollfreie Netzwerke, auf die Auflösung des großen Unternehmens in eine Reihe von Organisationen, die miteinander über Partnerschaften verbunden sind, welche die klassische Handelsbeziehung in Konkurrenzsituation hinter sich lässt etc.“ (Boltanski/Chiapello 2000: 464)

Durch die Möglichkeit virtueller Vernetzung erlangen soziale Netzwerke eine neue Bedeutung. Menschen sind in zunehmendem Maße nicht nur in – traditionellen – sozialen Netzwerken organisiert, sondern in solchen Netzwerken, die über Computer kommunizieren. Damit haben Netzwerke in Verbindung mit neuen Technologien eine neue Qualität gewonnen. Beschrieben soziale Netzwerke in erster Linie soziale Zusammenhänge in Familie, Nachbarschaft oder innerhalb einer überschaubaren Gruppe, die sich durch geografische Nähe auszeichnete, so ändert sich dies bei den virtuellen Netzen unmittelbar: Räumliche Nähe verliert an Bedeutung und wird mitunter durch eine sozio-materielle bzw. sozio-technologische oder medial vermittelte Nähe ergänzt.

Festzuhalten ist, dass sich beim Netzwerkbegriff zwei unterschiedliche Ebenen bzw. Betrachtungsweisen vermischen: Zum einen wird das Netzwerk zur Beschreibung gesellschaftlicher Phänomene benutzt, zum anderen sind normative Anliegen damit verbunden, welche die Vernetzung als Handlungsorientierung vorschlagen. Aus den unterschiedlichen Netzwerkansätzen folgt nahezu zwangsläufig, dass der Netzwerkbegriff – je nach Ebene – auch unterschiedlich definiert wird: Zum einen dient er als Ausdruck gesellschaftlicher Prozesse und zur Beschreibung von flexiblen Machtkonzentrationen (Castells 2001a, Boltanski/Chiapello 2003) und der Individualisierung und Enttraditionalisierung von Lebenslagen (Bühl 2000), zum anderen dient er als Positivschablone einer neuen politischen Praxis und der Restrukturierung traditioneller politischer Strukturen (Egloff 2002, Gimmler 2000, Metje 2005). Gemeinsam ist den Perspektiven die wertende Konnotation des Begriffes. Während die erste Perspektive negativ erscheint und auf die zunehmende Konzentration von Macht abstellt, resultiert aus der zweiten Definition die Hoffnung auf eine Politik von unten, die auch neue Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen kann. Der Netzwerkbegriff erweist sich dadurch als durchaus ambivalent. Im Folgenden wird er auch durchaus in diesem ambivalenten Sinne verwendet: Zum einen wird der Netzwerkbegriff als Strukturbegriff á la Castells verwandt, zum anderen aber handlungsorientiert, da sich daraus die vertretene These stützt, dass virtuelle Netzwerke die Handlungsoptionen von Subjekten erhöhen können. Virtuelle Netzwerke werden dabei als soziales Kapital konzeptualisiert.

5.1 Von der Gemeinschaft zum Netzwerk

Im Folgenden wird auf die Arbeiten des kanadischen Soziologen Barry Wellman und seiner Kollegen und Kolleginnen Bezug genommen, die in ihren Netzwerkanalysen Struktur und Handlung aufeinander beziehen und damit eine Verbindung zwischen den Makro- und Mikroprozessen herzustellen vermögen. Wellman definiert Gemeinschaften als Netzwerke interpersonaler Bindungen, die für Soziabilität, Information, ein Gefühl der Zugehörigkeit und soziale Identität sorgen.

„We find community in networks, not groups. Although people often view the world in terms of groups, they function in networks. In networked societies: boundaries are permeable, interactions are with diverse others, connections switch between multiple networks, and hierarchies can be flatter and recursive.“ (Wellman 2001: 227)

In seinen empirischen, insbesondere stadtsoziologischen Netzwerkstudien beschäftigt sich Wellman mit der Frage, wie sich soziale Beziehungen durch netzbasierte Kommunikation verändern. Dabei kommt er zu dem Ergebnis, dass Gemeinschaft keineswegs verloren geht, sondern sich vielmehr massiv verändert. Die Nachbarschaft (neighbourhood) ist nicht mehr der primäre Hort von Vergemeinschaftung; sondern die Arbeitssituation spielt eine zunehmend gewichtigere Rolle bei der Schaffung von Soziabilität (vgl. Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003). Dabei handelt es sich zwar mehrheitlich um schwache Bindungen, doch das bedeutet nicht, dass diese unwichtig sind. Die meisten schwachen Bindungen sind ortsunabhängig und müssen über irgendein Kommunikationsmittel aufrechterhalten werden.³⁰ Netzbasierte Kommunikation ist dabei eine zunehmend entscheidende und relevante Möglichkeit, soziale Beziehungen über räumliche Distanz stabil und verlässlich zu halten.

„Ebenso wie ein Computernetzwerk aus einer Reihe von Maschinen besteht, die durch eine Reihe von Kabeln verbunden sind, besteht ein soziales Netzwerk aus einer Reihe von Menschen (oder Organisationen oder anderen sozialen Entitäten), die durch eine Reihe sozialer Beziehungen wie Freundschaft, Kooperation oder Informationsaustausch verbunden sind.“ (Haythornthwaite/Wellman u. a. 2003: 369)

Das Netz ist zwar seiner Natur nach unendlich und unabschließbar, aber netzbasierte Kommunikation fördert nicht nur die Verbindung zu räumlich entfernten Personen, sondern stützt durchaus auch lokale Netzwerke. Damit wird angedeutet, dass sich virtuelle Netze nicht gänzlich von physisch-räumlichen Netzwerken trennen lassen. Diese Verbindungen verdeutlichen insbesondere die Arbeiten von

³⁰ Mit Ausnahme der nachbarschaftlichen Beziehungen.

Wellmann und Gulia (1999), die aufzeigen, wie virtuelle Netze als eine weitere, ergänzende oder unterstützende Option für Kommunikation und Interaktion genutzt werden, ohne dass sich dadurch Face-to-face-Kommunikation und „reale“ Begegnungen fundamental und irreversibel verändern (vgl. Wellman/Milena 1999).

Neue Technologien stärken damit sowohl geografisch verstreute Netzwerke, wie sie auch die Bedeutung lokaler Orte stützen können, da sie auch Einfluss auf lokal gebundene Primärbeziehungen haben (vgl. Hampton/Wellman 2001). Email ist dabei ein Werkzeug für „Glokalisierung“, da sowohl globale wie lokale Beziehungen gestützt und gefördert werden können:

“Email has been celebrated from the outset for its ability to connect with people around the world quickly and cheaply. This is no figment of global village hyperbole. Email is especially used for contacting distant friends and relatives. But the data also show that email is frequently used to contact those who live nearby.” (Boase/Horrigan u. a. 2005: iv)

Dass lokale Netzwerke durch netzbasierte Kommunikation Unterstützung erfahren können, bestätigt auch Castells (2005). Er zitiert Studien, wonach die Nutzung von Email das soziale Leben mit Familienangehörigen und Freunden verstärkt und insgesamt die Sozialkontakte erweitert. Internetuser verfügen demnach tendenziell eher über größere soziale Netzwerke als Nicht-User.

„Wenn überhaupt, dann scheint das Internet sich auf die soziale Interaktion positiv auszuwirken, und es erhöht eher den Kontakt mit anderen Informationsquellen.“ (Castells 2005: 134)

Dass sich das Netz zum „sozialen Klebstoff“ entwickelt hat, ist zentrales Ergebnis des PEW Internet and American Life Project³¹ (vgl. Boase/Horrigan u. a. 2005). Je größer und weitverzweigter das soziale Netzwerk eines Menschen wird, umso wichtiger wird der Studie zufolge die Kommunikation per Email zur Aufrechterhaltung von Kontakten. Barry Wellman, Mitarbeiter der Studie, sieht in dieser

³¹ “The Pew Internet Project is a nonprofit, nonpartisan think tank that explores the impact of the internet on children, families, communities, the work place, schools, health care, and civic/political life. The Project aims to be an authoritative source for timely information on the internet’s growth and societal impact. Support for the project is provided by The Pew Charitable Trusts. The project’s website: www.pewinternet.org. (...). The Project report is based on the findings of two daily tracking surveys on Americans’ use of the internet. The Pew Social Ties survey was fielded from February 17, 2004, through March 17, 2004, and it surveyed 2,200 adults age 18 and older. The Pew Internet Project survey on the internet’s role in major life decisions was fielded from February 21, 2005, through March 21, 2005, and it surveyed 2,201 adults age 18 and older.“ (Boase/Horrigan u. a. 2005: XI)

Entwicklung die Entstehung eines neuen sozialen Phänomens, das er als „networked individualism“ (Wellman 2001) bezeichnet. Da die Nutzer moderner Technologien immer weniger an lokale Gruppen gebunden sind und verstärkt Teil von geografisch zerstreuten Netzwerken werden, sind sie zwar sozial integriert, aber der eigentliche Ort, an dem sie leben und von dem aus sie interagieren, spielt eine weit geringere Rolle, als dies etwa in traditionellen Gesellschaften der Fall ist. Damit wird die von Giddens so bezeichnete „time-space-distanciation“ durch neue Technologien weiter radikalisiert und führt zu einer grundlegenden (nicht nur sozialen, sondern auch) räumlichen Entgrenzung.

Die von Castells zitierten Studien bekräftigen letztlich auch die Ergebnisse des PEW Internet & American Life Projektes, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen der Intensität der Internetnutzung und der Dichte von Sozialbeziehungen gibt.

„Contrary to fears that email would reduce other forms of contact, there is ‘media multiplexity’: Instead, a large amount of the communication that takes place online is with the same set of friends and family who are also contacted in person and by phone. This is especially true for socially close relationships — the more close friends and family are seen in person, the more they are contacted by email.” (Boase/Horrigan u. a. 2005: 4)

Eine Trennung in Online- und Offlinekontakte ist daher nicht sinnvoll, denn beide ergänzen und überschneiden sich bzw. verstärken sich gegenseitig. Dies bestätigt auch die Untersuchung von Heintz/Müller (2000), die in der Schweiz eine Untersuchung durchgeführt haben, in der Online- und Offlinebeziehungen miteinander verglichen wurden. Dazu wurden die persönlichen Netzwerke von Personen erhoben, sowie die intensiv genutzten Kommunikationsdienste des Internet erfragt. Als zentrales Ergebnis stellt Bettina Heintz fest:

„Online-Beziehungen treten nicht an die Stelle realweltlicher Beziehungsnetze, sondern ergänzen sie. Insofern ist die Annahme, dass computervermittelte Kommunikation zu Isolation führt, ähnlich verfehlt wie die Vorstellung eines unwiederbringlichen Gemeinschaftsverlusts. Sie ist nichts weiter als eine Neuauflage der alten These einer zunehmenden Vereinzelung im Zuge der Modernisierung. Das Internet führt weder zu einer Rückkehr von Gemeinschaft noch zu deren endgültiger Zerstörung, sondern ermöglicht eine neue Form von Beziehungen – allerdings nur dann, wenn diese auch über realweltliche Kontakte abgestützt sind.“ (Heintz 2002: 142)

Der Verweis auf realweltliche Kontakte stellt den Bezug zum Raum bzw. Ort her und zeigt auf, dass soziale und virtuelle Netzwerke untrennbar miteinander ver-

knüpft sind. Von der Komplementarität von sozialen und virtuellen Netzen geht auch Wittel (2001) aus. Er kritisiert die Fokussierung auf die Virtualität, da dies seiner Ansicht nach suggeriere, dass neben der virtuellen eine „richtige“, eine reale Welt existiere. Damit behauptet Wittel nicht, dass es keinen Unterschied zwischen Online- und Face-to-face-Kommunikation gibt. Allerdings erleben Menschen Onlinebeziehungen eben nicht virtuell, sondern als höchst real. Das Virtuelle steht somit nicht dem Realen als Konkurrenzmodell gegenüber. Vielmehr sind vielfältige, mehr oder minder subtile Wechselwirkungen zwischen Online- und Offlineaktivitäten zu beobachten, deren Konsequenzen nicht pauschal, sondern jeweils nur unter Berücksichtigung der konkreten Nutzungskontexte und Nutzergruppen zu beurteilen sind.

5.2 Networked individualism

Der Begriff des networked individualism basiert auf Arbeiten von Wellman (2001) und Castells (2005). Die zentrale These vom networked individualism besagt, dass soziale Kontakte nicht mehr über Gruppen organisiert sind, denen man sich zugehörig fühlt, sondern dass eine Transformation in Richtung individueller Gemeinschaften zu beobachten sei. Individuen beziehen sich nicht mehr auf Kollektive, sondern sind vielfältig mit einzelnen Personen vernetzt. Beziehungen finden nach Wellman (2001) nicht mehr door-to-door statt, sondern person-to-person. Damit meint er, dass soziale Kontakte nunmehr überwiegend in bilateralen Beziehungsnetzen im realen wie im virtuellen Raum stattfinden. Nach Wellman lässt sich eine Veränderung von lokalen, in Gruppen organisierten Nachbarschaften zu Netzwerken aus sozialen, überwiegend bilateralen Beziehungen beobachten. Aufbauend auf Castells, Giddens und Beck argumentiert Wellman, dass es zu einer Transformation „of community from solidary groups to individualized networks“ (Wellman 2001: 1) kommt.

“Wellman has called this shift away from reliance on a single group ‘networked individualism’. He and Manuel Castells (2000) have separately argued that it is a profound shift in the fabric of western societies, as organizations outsource, jobs function in fluid teams, marriages are serial, children have multiple parents, and people shift among many roles. Although the shift began before the advent of the internet, our research suggests that the internet both reflects this shift and is enabling and accelerating it.” (Boase/Horrigan u. a. 2005: 43)

Wellman verknüpft damit seine Arbeiten zu Gemeinschaft und Internet eng mit Castells Konzeption der Netzwerkgesellschaft, der ebenfalls vom vernetzten Individualismus spricht:

„In zunehmendem Maße sind die Menschen nicht bloß in sozialen Netzwerken organisiert, sondern in solchen sozialen Netzwerken, die über Computer kommunizieren. Es ist daher nicht das Internet, das das Muster des vernetzten Individualismus schafft, sondern die Entwicklung des Internet bietet eine angemessene materielle Stütze für die Verbreitung des vernetzten Individualismus als vorherrschende Form der Sozialität.“ (Castells 2005: 144)

Der vernetzte Individualismus gewinnt insbesondere bei der Organisation von schwachen Beziehungen an Bedeutung. Gerade schwache Verbindungen (weak ties) sind es, die nach Granovetter (1973) im Berufsleben sehr hilfreich sind. Im professionellen Bereich übernimmt virtuelle Kommunikation eine ständig wichtigere Funktion, da die Ausbreitung von schwachen Verbindungen durch das Internet begünstigt wird. Nach Hage und Powers (1992) sind es gerade „fluide Netzwerke“, die zur „entscheidenden Form sozialer Organisation im nachindustriellen Zeitalter“ (ebenda: 162) werden. Die Transformation von lokal orientierten Gruppen zu überwiegend bilateral organisierten Netzwerken wird dabei nicht als Verlust von Gemeinschaft oder als Weg hin zu einem Leben „einsam am Computer“ (Döring 1994) interpretiert, sondern als Bestandteil eines Individualisierungsprozesses, der nicht mit einem Verlust von Sozialität einhergehen muss.

„Der vernetzte Individualismus ist ein gesellschaftliches Muster, nicht etwa eine Ansammlung isolierter Individuen.“ (Castells 2005: 144)

Diese Veränderung hat auf Organisationen wie bzw. Gewerkschaften, die auf kollektive Interessen abzielen, fundamentale Auswirkungen. Wenn Beziehungen in erster Linie bilateral hergestellt werden, so bedeutet das auch für Gewerkschaften oder politische Organisationen, dass sie individuell mit ihren Mitgliedern bzw. Unterstützern in Kontakt treten müssen. Hierbei scheint das Netz eine geeignete Form zu sein, denn eine „individuelle Betreuung“ von Mitgliedern kann aus organisatorischen und finanziellen Gründen nur technologiegestützt hergestellt werden. Das Netz ermöglicht eine „Schnittstelle für Solidarität“ Schönhoven (1999) im Spannungsfeld von Institutionen, Markt und der Lebenswelt. Im Gegensatz zur landläufigen Auffassung, wonach es einen Zusammenhang zwischen zunehmender Individualisierung und abnehmender Solidarität gibt, gehen Hondrich und Koch-Arzberger (1994) davon aus, dass die Entbettung aus kollektiven Bezügen auch neue Formen von Solidarität hervorbringen kann. Allerdings haben sich Erscheinungsform und individuelle Motivation für solidarisches Handeln grundsätzlich verändert. Von daher erscheint es notwendig, einen anderen Begriff zu finden. Der Begriff der Solidarität ist sehr stark an kollektive Bezüge, an die Solidarität unter Gleichen und damit an die Arbeiterbewegung gebunden. Von

daher erscheint das Konzept des networked individualism (Wellman 2001, Castells (2005) als geeignet Solidarität in der zweiten Moderne zu beschreiben.

5.3 Das Internet als Instrument für Gegen-Herrschaft?

In diesem Abschnitt wird das Internet als ein Handlungs- und Interaktionsraum für soziale Netzwerke beschrieben. Virtuelle (soziale) Netzwerke werden dabei als Ressource konzeptualisiert, sie stehen nicht im Gegensatz zu „realen“ Netzwerken, sondern sie werden als reale virtuelle und soziale Netzwerke thematisiert. Zentral in diesem Abschnitt sind Mobilisierungsmöglichkeiten und -strategien im Netz. Mit der Verbreitung des Internet entsteht ein neuartiger sozialer Handlungsraum (Boes/Hackett u. a. 2006), der grundsätzlich verwendungsoffen, d. h. auch gestaltbar ist.

„Die Wirklichkeit dieses sozialen Raums ist dabei nicht ‚vorprogrammiert‘, sondern er ändert seine Struktur und die Handlungsmöglichkeiten durch das praktische Tun der Nutzer. Er ist daher in seinem Wesen nicht Infrastruktur zum ‚Transport‘ von Informationen, sondern ein offener Raum, der sich erst durch das soziale Handeln seiner Nutzer konstituiert. Aufgrund dieser Spezifika stellt das Internet die Basisinfrastruktur für das Entstehen eines neuartigen sozialen Handlungsraumes dar.“ (Boes 2005: 8)

Dieser neue Handlungsraum eröffnet neue Möglichkeiten des Protestes. Die Bewertung dieser Protestformen ist allerdings sehr unterschiedlich. Zum einen gelten sie als neue soziale Bewegungen, die eine strong democracy (Barber 1994) ermöglichen, mit der die Hoffnung auf eine Wiederbelebung des politischen Bewusstseins und auf einen neuen aktiven Pluralismus verbunden wird. Zum anderen gilt der Onlineprotest als niederschwellige Aktionsform, die man ohne viel Aufwand in sein Alltagsleben einbeziehen kann, getreu dem Motto: „Click here to protest“ (Ebersbach/Heigl 2005). Die Möglichkeiten durch Onlineprotest auch etwas politisch durchzusetzen, werden folglich als eher gering eingeschätzt (vgl. Geser 2004). Geser zufolge ermöglicht das Internet den Zugang zu neuartigen Protestformen. Allerdings erfordert es nicht viel Engagement, sich an einer Onlineabstimmung zu beteiligen oder gegen ein Unternehmen zu protestieren. Darüber hinaus haben diese Aktionsformen allerdings auch wenig Wirkung, da

„sie gerade wegen ihrer kosten- und anspruchlosen, universellen Zugänglichkeit nicht geeignet sind, ein starkes Engagement zum Ausdruck zu bringen; weil die Rezipienten allzu leicht in der Lage sind, sie zu ignorieren (oder mit einfachem Gebrauch der ‚delete“-Taste von der Festplatte irreversibel zu entfernen).“ (Geser 2004: 441)

Zentral für politische Aktionen im Internet scheint der Hinweis von Geser (2004) zu sein, dass der Emailprotest eine niederschwellige Möglichkeit darstellt, mit anderen in Kontakt zu treten. Geser beschreibt diese Protestform eher negativ bzw. als wirkungslos. Dabei übersieht er jedoch, dass das Netz unter Umständen auch dazu genutzt werden kann, bisher Unbeteiligte anzusprechen und gegebenenfalls zu aktivieren, die man ansonsten nicht erreichen würde. Dies kann insbesondere dann der Fall sein, wenn diejenigen, die man über das Netz erreichen will, entweder geografisch weit verstreut oder sehr mobil sind und sich permanent und unvorhersehbar von Ort zu Ort bewegen. Dann lassen sich über das Netz durchaus Aktivitäten entwickeln, die eine neue Qualität besitzen. So weist Geser (2004) beispielsweise auch darauf hin, dass die Netzkommunikation bei den Gewerkschaften im Verkehrs- und Transportbereich besonders intensiv genutzt wird. Allerdings handelt es sich dabei um Organisationen bzw. Personen, die bereits aktiv in der Gewerkschaft sind und das Netz für ihre Abstimmungsprozesse nutzen. Es dient damit weniger der Mobilisierung passiver Mitglieder oder zur Werbung neuer Mitglieder.

Das Internet ermöglicht eine schnelle Kommunikation, was politische Mobilisierung – im Gegensatz zu herkömmlichen Medien – deutlich erleichtern kann. Soziale Gruppen können sich überregional und global organisieren, ohne dass damit ein hoher finanzieller Aufwand verbunden ist. Das ermöglicht es auch kleineren Gruppen oder gar Einzelpersonen, initiativ und Träger einer Aktion zu werden. Dies bietet für Interessengruppen, die räumlich verstreut sind, die Chance sich zu vernetzen, sich gegenseitig kennen zu lernen, Meinungen und Informationen auszutauschen sowie Aktivitäten zu koordinieren. Dank dem Internet können diese Gruppen ein hohes Niveau an kollektiver Aktions- und Reaktionsfähigkeit entfalten (vgl. Muzic/Schwickert 1998).

„Konkrete Nutzungsformen der politischen Akteure im Netz sind neben der Kommunikation vor allem politische Mobilisierung, Kooperation mit anderen Gruppen, Öffentlichkeitsarbeit sowie Informationsbeschaffung. Für politisch motivierte Akteure stellt das Internet lediglich einen weiteren Weg für Austausch, Information und Organisation ihrer Aktivitäten dar. Es wird einerseits zum Kristallisationspunkt für die Neubildung politischer Gruppen, andererseits bedienen sich etablierte politische Organisationen dieses neuen Mediums.“ (ebenda: 10/11)

Nach Castells wird das Internet zu einem zentralen Werkzeug des Handels und der Gegen-Herrschaft. Was für die Arbeiterbewegung die Fabrik und die Kneipe war, das ist das Internet für soziale Bewegungen. Das Internet ist nach Castells aus drei Gründen das zentrale Kommunikationsmedium für soziale Bewegungen: Erstens berufen sich soziale Bewegungen im Informationszeitalter im Wesent-

lichen auf kulturelle Werte. Zweitens haben Großorganisationen ausgedient, politische Akteure in der Netzwerkgesellschaft arbeiten auch netzwerkorientiert. So ist die Antiglobalisierungsbewegung ein elektronisches Netzwerk, eine internetgestützte Bewegung. Drittens funktioniert Macht zunehmend in globalen Netzwerken. Dadurch stehen auch politische Bewegungen vor der Notwendigkeit, der globalen Reichweite der Macht etwas Gleichwertiges entgegenzusetzen (vgl. Castells 2005: 153 ff.). Ein Beispiel zur Verdeutlichung: Im Jahre 2001 erregte die erste Onlinedemonstration große Aufmerksamkeit. Ziel der „Demonstration per Mausklick“ war es, die Buchungsmaschine der Lufthansa lahmzulegen. Damit wollte man gegen die Abschiebepaxis der Lufthansa protestieren (vgl. www.libertad.de). An dieser virtuellen Blockade des Lufthansa-Internetportals hatten sich etwa 13.000 Personen beteiligt, die mithilfe einer eigenen Software mit Hochgeschwindigkeit auf die Lufthansa-Rechner zugriffen. Dadurch war die Buchungsmaschine der Lufthansa für Stunden überlastet und inaktiv. Es wurde erreicht, was dem Konzernvorstand bereits vorab per Email angekündigt wurde: "Lufthansa Goes Offline" (www.geocities.com).

Die Dezentralität des Netzes lässt sich auch produktiv nutzen, falls die Medien ansonsten nicht berichten. Nach Geser (2004) kann das Netz auch zur Unterstützung von Arbeitskämpfen sinnvoll eingesetzt werden: Im Juni 1996 besetzten Docker aus Liverpool Hafenkranen in Montreal, um die dortigen Hafentarbeiter zur Unterstützung ihrer Auseinandersetzung gegen die gemeinsame Reederei zu animieren. Die britische Presse hat diese Aktion völlig totgeschwiegen. Der Bericht in der Zeitung in Montreal wurde daraufhin auf die Website gestellt, um auf diesem Wege die britischen Docker zu informieren. Völlig unerwartet kam durch die Website eine materielle Unterstützung seitens australischer und japanischer Gewerkschaften für Hafentarbeiter (Dropkin, zitiert nach Geser 2004: 442). An diesem Beispiel wird nach Geser deutlich, dass das Internet dazu verhilft, der internationalen Solidarität mehr konkreten Gehalt zu verleihen.

„So entsteht ein ‚pragmatischer Internationalismus‘, der sich nicht in der Form abstrakter Ideologien und ritueller Tagungsresolutionen, sondern im Medium konkreter Alltagsaktionen manifestiert.“ (Geser 2004: 443)

Die Beispiele zeigen, dass Proteste im Internet durchaus Erfolge zeitigen können. Die Frage, die sich daran anschließt, ist, ob das Netz für die Interessenvertretung ebenfalls ein geeignetes Instrument sein kann. Diese Frage ist vor dem Hintergrund interessant, dass der Betrieb als gemeinsamer Bezugspunkt für viele Selbstständige in der Medienwirtschaft kaum bis gar nicht existiert. Eine Vernetzung kann von daher in erster Linie virtuell hergestellt werden. Um es an einem Beispiel zu verdeutlichen: Für Filmschaffende hat der Betrieb nahezu keine Bedeutung. Die Filmbranche ist vielmehr in Produktionsnetzwerken organisiert, die

sich für jede Produktion jeweils neu konstituieren. Das heißt für die Produzenten, dass sie sich für jede Produktion auf die Suche nach Arbeitskräften machen müssen. Für die Filmschaffenden bedeutet dies in der Folge, dass mit jedem Projekt in der Regel auch die vertragliche Bindung endet. Manning (2003) beschreibt die langfristige Bindung von Arbeitskraft als ein systematisches Problem von projektbasierten Industrien. Für die Filmschaffenden sind deswegen die Kontakte zu Akteuren, die den Zugang zu den Produktionsnetzwerken eröffnen können von eminenter Bedeutung. Nach Manning und Sydow (2005) entstehen in den Projektnetzwerken der Filmbranche zwischen Produzenten und Projektteammitgliedern neue Bindungen und Vertrauen. Die Bindungen entstehen in erster Linie im Zusammenwirken von Vertrauen und Reputation (vgl. ebenda).

„Schließlich ist die Medienbranche eine stark emotionale Branche, die von persönlichen Kontakten und Sympathien lebt und ein gegenseitiges Vertrauen für erfolgreiches Arbeiten voraussetzt, so dass persönliche Bindungen für Beteiligte unverzichtbar bleiben.“ (Manning 2003: 26)

Die Frage ist allerdings, ob das Konzept der Bindung, bzw. der „guten Bahnung“ (Manning/Sydow 2005) nicht eine Umschreibung für den Tatbestand der wirtschaftlichen Abhängigkeit ist. Die Austauschbarkeit der freien Filmschaffenden ist sehr groß, von daher ist das Potenzial sich gemeinsam zu wehren sehr gering. Diese Abhängigkeit und Vereinzelung lässt im Bereich der AV-Medien (audiovisuelle Medien) eine neue Kultur der Unsicherheit entstehen, die zu Atomisierung führen kann. Boes/Kämpf u. a. (2005) sehen bei den AV-Medien deswegen kaum Chancen auf neue kollektive Formen der Interessenvertretung. Sie prognostizieren vielmehr einen Bedeutungsverlust traditioneller Institutionen. Die Möglichkeiten für kollektives Handeln hängen nach Boes (2005) von der sozialen Verortung im Betrieb ab. Bei den Filmschaffenden, die in persönlicher Abhängigkeit zum Produzenten stehen, sieht Boes deshalb keine Chancen, der Individualisierung und Atomisierung zu entgehen.

Nach Boes entsteht dadurch eine neue Ökonomie der Unsicherheit. Die Selbstständigen im Bereich der AV-Medien sind stark von ihren Netzwerken abhängig, da sie über keinen gemeinsamen Ort verfügen. Filmschaffende reisen der Produktion hinterher und sind damit immer an verschiedenen Orten. Doch nicht nur die Orte wechseln, meist wechselt auch das Produktionsteam, das immer wieder, je nach den Anforderungen der Produktion wieder neu zusammengesetzt wird. Die Filmschaffenden sind auf die Gunst der Vorgesetzten angewiesen, damit sie bei der nächsten Produktion mit dabei sind. Dies macht die Erreichbarkeit für kollektives Handeln extrem schwierig. Das Problem sind dabei nicht nur die unterschiedlichen Orte, die ein kollektives Handeln erschweren, sondern vielmehr die unterschiedliche Zusammensetzung der Teams. Netzwerke können nach Boes den

Betrieb als Quelle sozialer Gemeinschaft und Solidarität nicht ersetzen, da er der zentrale Ort für die Mobilisierung gemeinsamer Interessen ist. Andreas Boes verbindet mit dem Betrieb einen geografischen Ort. Unter Umständen ist es aber nicht der konkrete Ort, der zur Mobilisierung gemeinsamer Interessen notwendig ist. Vielmehr – so die hier vertretene These – ist ein gemeinsamer Bezugspunkt notwendig, welcher der Betrieb sein kann, aber nicht notwendigerweise sein muss. Bei den Selbstständigen kann dies beispielsweise auch der gemeinsame Auftraggeber sein. Bezogen auf die Aktivitäten von Selbstständigen im Bereich des Urheberrechtes waren es der Gesetzgeber und die Regierung, die für die Selbstständigen ein gemeinsamer Bezugspunkt waren (vgl. Kap. 8.4.1). Wie am Beispiel der Mailingliste (8.4) noch gezeigt wird, war Voraussetzung für ein gemeinsames Handeln der gemeinsame Auftraggeber. So erscheint es durchaus einleuchtend, dass es nicht unbedingt der gemeinsame Ort, der Betrieb sein muss, um gemeinsame Interessen zu vertreten. Das Netz kann hierfür – zumindest teilweise – den konkreten Ort ersetzen.

5.4 Virtuelle Netzwerke als soziales Kapital

Die zentrale These, die im folgenden Abschnitt entwickelt wird, lautet: Virtuelle Netzwerke bieten zusätzliche Handlungsmöglichkeiten, die zur Erreichung von Zielen genutzt werden können. Dazu werden im Folgenden Konzepte zum sozialen Kapital ausgeführt, die im Zusammenhang mit neuen Technologien diskutiert werden. Virtuelle Netzwerke werden dabei als eine Form sozialen Kapitals vorgestellt. Networking wird damit zu einer Schlüsseldimension bei der Identifikation der sozialen Beweglichkeit eines Subjektes. Dies erfordert bestimmte Fähigkeiten, Kompetenzen und Ressourcen, damit die Gestaltungs- und Interaktionsmöglichkeiten netzbasierter Kommunikation nutzbar gemacht werden können.

„People connect through a series of networks and they tend to share common values with other members of these networks; to the extent that these networks constitute a resource, they can be seen as forming a kind of capital.“ (Field 2003: 1)

Es gibt vielfältige Ansätze zu sozialem Kapital, deren Inhalte höchst unterschiedlich sind. Der kleinste gemeinsamer Nenner scheint zu sein, dass soziales Kapital positiv zu bewerten sei (vgl. Haug 1997).

„The Theory of social capital is, at heart, most straightforward. Its central thesis can be summed up in two words: relationship matter.“ (Field 2003:1)

Bourdieu (1983), Portes (1995) und Field (2003) verweisen auch auf negative Effekte sozialen Kapitals, das Handlungsmöglichkeiten von Individuen verbauen und zu Ausgrenzung und sozialer Ungleichheit führen kann.

Als die zentralen Konzepte von sozialem Kapital werden meist die Arbeiten von (Putnam (1993), (2000), Coleman (1991) und Bourdieu (1983) genannt (vgl. Braun 2001, Haug 1997), die nachfolgend kurz vorgestellt werden.

Bei Putnam steht hinter dem Sozialkapital-Ansatz der Gedanke, dass soziale Netzwerke sowohl für den Einzelnen, wie auch für die Gesellschaft positive Effekte zeitigen (Putnam 1993). Zentrale Elemente sozialen Kapitals sind nach Putnam soziales Vertrauen, Verlässlichkeit und soziale Einbindung (vgl. Putnam 2000: 67). Soziales Vertrauen erleichtert die zur gesellschaftlichen Koordination erforderliche Kooperation zwischen den Individuen, während die Verlässlichkeit als Norm generalisierter Reziprozität zur Lösung sozialer Dilemmata beiträgt. Durch die Einbindung in soziale Netzwerke werden die generalisierten Normen gepflegt und damit soziales Vertrauen aufgebaut (vgl. Braun 2001: 339).

Putnam bezieht das Konzept des sozialen Kapitals nicht auf Individuen, sondern auf Gruppen, Regionen oder Staaten. Er konstatiert einen Verlust von Gemeinschaft in den USA, was in seinem Buch „Bowling Alone“ (1995) seinen Ausdruck fand. Dabei stellte er fest, dass US-Amerikaner ihre Freizeit nicht mehr gemeinsam verbringen. Statt gemeinsam zu kegeln, wird die Freizeit zunehmend individualistisch beim Joggen oder im Fitnessstudio verbracht. Durch den Verlust gemeinsamer Aktivitäten kann kein gegenseitiges Vertrauen aufgebaut werden, was zu einem Rückgang des sozialen Kapitals führt. Dieser Rückgang ist nach Putnam in den USA auf der gesellschaftlichen Ebene bereits nachzuweisen: Die Amerikaner interessieren sich immer weniger für Politik, die Wahlbeteiligung geht zurück. Darüber hinaus leidet das Engagement für Dritte, Großorganisationen wie Gewerkschaften und Kirchen verlieren immer mehr Mitglieder. Diese Entwicklungen stellen nach Putnam langfristig eine Gefahr für die Demokratie in Amerika dar.

Bei Coleman (1991) ist das soziale Kapital eine Eigenschaft der Sozialstruktur, in der das Individuum eingebettet ist. Insofern ist das soziale Kapital – darin gleicht seine Position der von Putnam – ein allgemeines öffentliches Gut und nicht eine Ressource des Individuums. Soziales Kapital als sozialstrukturelle Ressource kann Individuen allerdings bestimmte Handlungen erleichtern. Der Erhalt bzw. Ausbau von sozialem Kapital benötigt eine Stabilität, was nach Coleman durch zu hohe Mobilität gefährdet wird. Mit der individuellen Mobilität verbindet sich die Gefahr,

„dass die Struktur an sich zerstört wird – und mit ihr auch das soziale Kapital, das von ihr abhängt.“ (Coleman 1991: 416)

Pierre Bourdieu hat seine Kapitalientheorie hingegen konflikt- und verteilungstheoretisch anlegt (vgl. Pongratz/Trinczek 2005: 101). Er unterscheidet zwischen ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital. Das soziale Kapital definiert er nicht wie Putnam als kollektives Gut von Gesellschaften, sondern als individuelle Ressource.

„Das Sozialkapital ist die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder, anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen.“ (Bourdieu 1983: 191).

Das ökonomische Kapital stellt die finanzielle Ausstattung einer Person dar und kann sich in verschiedenen gegenständlichen Werten manifestieren, die im Eigentumsrecht verankert sind (vgl. Pongratz/Trinczek 2005). Ökonomisches Kapital kann in Geld umgewandelt werden, es ist nicht an die Person gebunden und kann deshalb auch übertragen werden. Das kulturelle Kapital³² hingegen ist direkt mit der Person verbunden und daher nicht so ohne weiteres übertragbar. Es bezieht sich auf die formale Bildung, die von den Menschen durch Abschlüsse und Zertifikate erworben wurde. In bestimmten Fällen kann kulturelles Kapital in ökonomisches Kapital umgewandelt werden. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn ein Bildungsabschluss oder Weiterbildungszertifikat zu einer höheren Entlohnung führt.

Das soziale Kapital ist eine Ressource, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruht. Soziales Kapital ist damit streng genommen nicht der Person, sondern der Gruppe zueigen, als Gruppenmitglied kann jedoch der Einzelne am sozialen Kapi-

³² Das kulturelle Kapital kann in verschiedenen Formen existieren: als inkorporiertes Kapital, in Form einer dauerhaften Disposition, als objektiviertes Kapital, in Form kultureller Güter und als institutionalisiertes Kulturkapital (vgl. Bourdieu 1997: 218). Das inkorporierte, das verinnerlichte kulturelle Kapital, die Bildung, ist ein fester Bestandteil einer Person, das sich im Habitus manifestiert. Die Aneignung dieser Kapitalform beginnt mit dem Sozialisationsprozess und kann daher von einer Generation auf die nächste übertragen werden. Eine kurzfristige Übertragung des verinnerlichteten Kapitals ist folglich nicht möglich. Das objektivierte Kulturkapital ist auf dem Wege seiner materiellen Träger, z. B. in Form von Schriften, Gemälden oder Instrumenten (vgl. ebenda: 222) übertragbar und auch unmittelbar in ökonomisches Kapital umwandelbar. Das institutionalisierte Kulturkapital ist mit der Person verbunden und kommt in Nachweisen wie Zeugnissen und Diplomen zum Ausdruck.

tal der Gruppe partizipieren (vgl. Pongratz/Trinczek 2005: 102). Der Umfang des sozialen Kapitals einer Person hängt von den Netzwerken ab, die sie für sich organisieren kann. Das soziale Kapital stellt damit eine Ressource dar, die in den Netzwerken gebunden ist und nur in konkreten sozialen Situationen erzeugt, erweitert und erhalten wird.

Faist (1997) verweist auf die territoriale Gebundenheit von sozialem Kapital. Am Beispiel von Migranten belegt er, dass diejenigen, die den Ort verlassen und „in die Fremde“ gehen, dort nicht mehr – oder nur unter sehr viel schwierigeren Voraussetzungen – auf ihr soziales Kapital zurückgreifen können. Dies liegt darin begründet, dass ihre sozialen Netze am Herkunftsort verbleiben. Nach Faist senkt die Kettenmigration, wonach ersten Pioniermigranten weitere Familienmitglieder nachfolgen, erheblich die Kosten für den Transfer von Sozialkapital.

„Der Umfang des sozialen Kapitals, über das die Individuen gegebenenfalls verfügen können, hängt von der Ausdehnung sozialer Netzwerke bzw. Organisationen, der Stärke bzw. Intensität sozialer Bindungen, den Handlungsorientierungen bei Transaktionen und dem bereits akkumulierten physischen Kapital und Humankapital der jeweils beteiligten Individuen und Kollektive ab, das über Bindungen mobilisierbar ist.“ (Faist 1997: 74)

Damit verweist Faist auf den Zusammenhang von sozialem Kapital und lokaler Verortung bzw. Mobilität. Er geht allerdings aus, dass soziales Kapital stark räumlich gebunden ist. Das soziale Kapital kann jedoch auch über virtuelle Netzwerke genutzt werden, sodass der Ort nicht mehr so wichtig ist. Für die Selbstständigen sind virtuelle Netzwerke auch deswegen von großer Bedeutung, weil sie eben nicht gemeinsam lokal verortet sind. Netzwerke stellen vielmehr eine wichtige Ressource bzw. soziales Kapital dar. Nach Gottschall/Schnell (2000) beruht erfolgreiche Marktbehauptung bei den Alleindienstleistern in erster Linie auf individuellem kulturellen und sozialen Kapital.

Zentral wird dabei der Zugang zu Netzwerken, der zum bedeutenden Wert der Zukunft wird (Rifkin 2002). Netzwerke sind jedoch nicht für alle zugänglich. Vielmehr gilt in Netzwerken das so genannte Matthäus-Prinzip: „Wer hat, dem wird gegeben.“ (Frerichs/Wiemert 2002). Damit ist gemeint, dass diejenigen den größten Nutzen aus Netzwerken ziehen, die über die besten Zugänge und über die meisten Ressourcen verfügen. Netzwerkzugänge werden allerdings von Portalen begrenzt und von Pfortnern bewacht und kontrolliert (vgl. Rifkin 2002). Die Art und Weise, wie virtuelle Netzwerke genutzt werden, hängt damit nicht nur vom beruflichen Aufgabenfeld, sondern auch vom sozialen Kapital der Akteure ab. Verfügt man lediglich über geringes soziales Kapital, können einem die Türen zu Netzwerken verschlossen bleiben. Für Kaufmann ist das Mobilitätspotenzial eines Individuums, also dessen Fähigkeit, sich im sozialen und geografischen Raum zu

bewegen, eine wichtige Kapitalform (vgl. Kaufmann 2002: 2). Er versteht darunter “the way in which an individual appropriates what is possible in the domain of mobility and puts this potential to use for his or her activities.” (Kaufmann 2002: 37). Das bedeutet, die soziale Beweglichkeit eines Individuums basiert auf dessen sozialen Zugängen (Access) zu Technologien, Wissen, Macht etc., seinen Fertigkeiten und Kompetenzen (skills, competence), diese für sich zu nutzen, sowie Aneignung und Nutzung (appropriation) von Infrastrukturen und Technologien. Dieses Modell aus access, skills und appropriation lässt sich analog zur Analyse von Beweglichkeit im virtuellen Raum verwenden. Das Internet und die damit zusammenhängenden Technologien stellen damit die Struktur (analog zur Verkehrsinfrastruktur) dar, zu der man Zugang braucht, die man sich aneignet und in der man bestimmte Fähigkeiten entfalten kann, um letztlich eigene Aktivitäten, Projekte und Pläne zu realisieren.

5.5 Netzwerke – eine neue Form kollektiven Handelns?

Erfolgreiche Selbstständige leben von mehr oder weniger losen Kontakten, die man nach Granovetter 1973 als „weak ties“ bezeichnet. Diese schwachen Bindungen werden in erster Linie über berufliche und private Netzwerke organisiert, wobei sich beide Netzwerke stark überschneiden. Eine wichtige Rolle kommt dabei dem Internet als neuen Kommunikationsraum zu: Es ist ein effektives Mittel zur Aufrechterhaltung schwacher Bindungen und dient dazu, bestehende soziale Netzwerke zu intensivieren.

„Möglicherweise sind die „weak ties“ für die Moderne im Informationszeitalter das, was die starken, dichten Beziehungen aufgrund ihrer Stabilität und Sicherheit für die Vormoderne waren – überlebensnotwendig.“ (Straus 2002: 17).

Solo-Selbstständige kooperieren in den verschiedensten Netzwerken und unterstützen sich, obwohl sie auf dem Markt auch als Konkurrenten auftreten. Aber lässt sich in den Netzwerken auch kollektives Handeln und/oder Solidarität herstellen? Kadritzke (2002) sieht vor dem Hintergrund zunehmender Individualisierung kaum Ansatzpunkte für kollektives Handeln, da sich die neue Selbstständigkeit seiner Ansicht nach zu einem gesellschaftlichen Leitbild mit ent-solidarisierendem Charakter entwickelt.

„Soziale Ausgrenzung und Konkurrenz in der Gesellschaft nehmen an Schärfe zu, aber ein Handeln nach gemeinsamen Interessen empfinden die zur Flexibilität verpflichteten Menschen als schädlich oder bestenfalls wirkungslos, weil sie die individuelle Form des Fortkommens zugleich als Bedingung des beruflichen Überlebens empfinden.“ (Kadritzke 2002: 797)

Gegen die pessimistische Lesart von Katritzke (2002) gilt festzuhalten, dass sich die Selbstständigen auch in Abhängigkeit gegenüber ihren Auftraggebern und in Austauschbarkeit zu Beschäftigten sehen. Dass sich Solo-Selbstständige auch in Abhängigkeit gegenüber ihren Auftraggebern sehen, lässt sich an der zunehmenden gewerkschaftlichen Organisation ablesen. Der Anteil der Selbstständigen an der Mitgliedschaft wächst – gegen den allgemeinen Trend der Mitgliederentwicklung – kontinuierlich; sie stellen zuletzt in der IG Medien einen Mitgliederanteil von 12 – 15 %. Diese Entwicklung setzt sich auch in ver.di fort und hat im übrigen Parallelen in anderen (west-)europäischen Ländern (vgl. Nies/Pedersini 2003).

Allerdings unterscheidet sich kollektives Handeln im Bereich der Selbstständigen grundlegend vom kollektiven Handeln bei Beschäftigten. Zum einen sind die meisten Selbstständigen über den Betrieb nicht oder kaum erreichbar. Dieser ist jedoch bislang der Ort für kollektive Bewusstseinsbildung und kollektives Handeln. Zum anderen stehen bei abhängig Beschäftigten *kollektive Regelungen* im Zentrum gewerkschaftlichen Handelns, während kollektives Handeln von und für Selbstständige erst jeweils entwickelt werden muss. Zudem ist es nicht oder kaum in institutionelle Formen³³ gegossen. Dementsprechend sind Selbstständige zunächst Mitglied einer Gewerkschaft oder Berufsverbandes, weil sie *als Einzelne* Unterstützung suchen. Nach Betzelt (2006) zeichnen sich kollektive Akteure im Bereich der Medienwirtschaft durch einen Hybridcharakter zwischen fachverbandlicher und gewerkschaftlicher Ausrichtung aus.

„Diese doppelte Orientierung ist keineswegs zufällig, sondern entspricht dem Zwittercharakter flexibler Wissensarbeit: Diese zeichnet sich einerseits durch eine starke fachlich-inhaltliche Prägung aus, d. h. die subjektive Bindung an (gleichwohl kaum standardisierte) berufliche Normen und kreative Ideale, andererseits durch eine der Stellung von Arbeitnehmern ähnliche schwache individuelle Marktposition der Alleinselbstständigen gegenüber ihren zumeist wirtschaftlich potenten Auftraggebern.“ (Betzelt 2006: 29).

Ansatzpunkte für kollektive Strategien jenseits einer betrieblichen Verortung werden in den beruflichen Netzwerken der Solo-Selbstständigen gesehen (vgl. Gottschall/Betzelt 2001: 15). Ihrer Ansicht nach ist der von Voß und Pongratz (1998)

³³ Tarifverträge und Mitbestimmungsregelungen verstetigen kollektives Handeln. Zwar gibt es für Selbstständige im Rahmen des § 12a TVG (Tarifvertragsgesetz) die Möglichkeit, Tarifverträge abzuschließen und neuerdings das noch nicht praktisch erprobte Instrument der gemeinsamen Empfehlung für Urhebervergütungen. Diese kollektiven Instrumente haben jedoch eine sehr begrenzte praktische Bedeutung und Reichweite.

beschriebene Trend zur Individualisierung von Marktbehauptungsstrategien unscharf, da erfolgreiche kollektive wie individuelle Strategien der Marktbehauptung untrennbar mit dem Versuch der Behauptung eines inhaltlich definierten Kompetenzprofils verbunden sind. Dies hat insbesondere mit Professionalisierungsstrategien zu tun, die einer kollektiven Umsetzung bedürfen.

„Die vielfältigen, nicht verkammerten Berufsorganisationen der Kulturberufler verfügen nur über geringe Regulationsmacht, die höchstens unverbindliche Rahmenrichtlinien über Preis-Leistungsverhältnisse setzen kann. Stattdessen muss die individuelle Marktposition des Kulturberuflers immer wieder von neuem in den relevanten Netzwerken geschaffen werden.“ (Gottschall/Betzelt 2001: 12).

Ein Beispiel für die Stärkung der individuellen Marktbehauptung durch virtuelle Vernetzung ist das Projekt mediafon (www.mediafon.net). Mediafon ist ein Beratungsprojekt für Selbstständige in der Kultur- und Medienbranche, das im Jahr 2000 mit finanzieller Förderung durch das BMBF von der damaligen IG Medien ins Leben gerufen wurde und mittlerweile als Angebot der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di fortgeführt wird. Ziel von mediafon ist es, mit der Weitergabe von Spezialwissen Solo-Selbstständige in die Lage zu versetzen, dem zunehmenden Druck der Auftraggeber ein wenig zu trotzen. Beraten wird zu allen Lebenslagen der Selbstständigen: von Fragen zur Künstlersozialversicherung über Honorar- und Vertragsfragen bis zu Informationen über Fortbildungsmöglichkeiten. Der Inhalt der Beratung reicht von einfachen Tipps für Existenzgründer bis hin zu komplizierten urheberrechtlichen Sachverhalten. Darüber hinaus fördert mediafon den Informationsaustausch und die Kooperation der Selbstständigen. So wird im Projekt bspw. der Austausch von Honorarinformationen organisiert.³⁴ Die Offenlegung verlagsüblicher Honorare stärkt die Verhandlungsposition der Selbstständigen, um dem Dumping-Druck entgegenzuwirken, der im Bereich der Mediendienstleistungen weit verbreitet ist.

Mediafon ist als virtuelles Beratungsprojekt organisiert, der Erstkontakt kann über das Internet oder über Email hergestellt werden, wichtige Informationen sind über das Internet abruf- und einsehbar (vgl. www.mediafon.net). Es ist ein Versuch, auf virtuellem Wege direkten Kontakt zu den individualisierten Selbstständigen herzustellen und auszubauen. Deswegen beschränkt sich mediafon auch nicht auf die Beratung durch Experten, sondern bietet Beratung durch aktive Selbstständige und richtet interaktive Foren ein, in der die Nutzer ihrerseits eigene Erfahrungen

³⁴ Nach dem Kartellrecht, dem auch die Solo-Selbstständigen unterliegen, sind Preisabsprachen verboten. Mit Honorarinformationen sind folglich keine Honorarabsprachen gemeint.

und Informationen einbringen können (die dann unter Umständen in die weitere Beratungstätigkeit einfließen). Die Anforderungen der Nutzer von mediafon verändert auch wiederum mediafon selbst.

In gewisser Weise erinnert mediafon an die Anfänge gewerkschaftlicher Organisation unter Arbeitnehmern: Auch dort ging es zunächst um Vernetzung im Sinne von Kontakt herstellen und Informationen austauschen, um gemeinsame Verabredungen zu – zunächst – abgesprochenem, aber noch individuellem gleichgerichtetem Handeln. Erst daraus entwickelte sich der Streik als kollektive Handlung³⁵ und der Tarifvertrag als kollektives Regelungsinstrument. Entsprechend kollektive Handlungsformen für Selbstständige müssen möglicherweise erst noch gefunden werden. Für Gewerkschaften ist mediafon ein untypisches Projekt, da damit traditionelle Pfade gewerkschaftlicher Politik verlassen werden. Dies bezieht sich sowohl auf das Klientel – man kümmert sich um Selbstständige – wie auf die Organisationsstruktur und Arbeitsweise des Projektes. Mediafon ist ein „unscharfer Ort der Politik“ (Beck/Hajer u. a. 1999). Unscharf deswegen, weil das Politische zunächst nicht auf der Hand liegt. Obwohl es sich um ein gewerkschaftliches Projekt handelt, bricht es mit zentralen Prinzipien traditioneller Gewerkschaftspolitik:

- *„Traditionell sind Gewerkschaften Großorganisationen der Industriegesellschaft, mediafon ist ein Kind der Informationsgesellschaft.*
- *„Klassische“ Gewerkschaftspolitik konzentriert sich auf kollektive Akteure, mediafon berät ‚Einzelkämpfer‘.*
- *Gewerkschaftliche Unterstützung genießen nur Mitglieder, mediafon berät auch Nichtmitglieder.*
- *Gewerkschaften sichern Verhandlungsmacht durch die Streikoption, mediafon macht Politik durch individuelle Beratung.*
- *Gewerkschaften sind regional organisiert, mediafon agiert als virtuelles Netzwerk.*
- *Bei mediafon berät nicht der Gewerkschaftssekretär, sondern Selbstständige („Freie beraten Freie“).“ (Kesselring/Vogl 2003: 3)*

Zentral für die Organisation und Mobilisierung kollektiver Interessen ist typischerweise der Betrieb oder die Verwaltung. Wo die Verbindung über räumliche Verbundenheit durch gemeinsame Orte nicht mehr gegeben ist, kann das Netz genutzt werden, wie das Beispiel mediafon zeigt.

³⁵ Bis 1919 wurde der Streik juristisch ausschließlich als individuelles Verhalten, als Vertragsverletzung gewertet, die dementsprechend auch mit Kündigung (durch den Arbeitgeber) beantwortet werden durfte.

Im Zentrum der nachfolgenden Empirie steht die Frage nach den Möglichkeiten kollektiver Handlungsstrategien und der Herstellung von Solidarität unter Solo-Selbstständigen im Netz. Der Begriff der Solidarität ist eng mit der Geschichte der Arbeiterbewegung verbunden, und wird definiert als das Bewusstsein von der gleichen Interessen- und Klassenlage, was die Bereitschaft zu kollektiver politischer Durchsetzung und gegenseitiger Unterstützung beinhaltet (vgl. Fuchs-Heinritz/Lautmann u. a. 1994: 609). Solidarität entsteht demnach mit breiter Beteiligung von unten und setzt ein Bewusstsein von Gemeinsamkeit und innerer Verbundenheit in einer Gesellschaft voraus (vgl. Altvater 2005). Der Brockhaus definiert Solidarität als „Zusammengehörigkeitsgefühl von Individuen oder Gruppen in einem Sozialgefüge (im weiteren Sinn auch von Staaten in internationalen Bündnissen), das sich in gegenseitiger Hilfe und Unterstützung äußert“ (vgl. Brockhaus 2002).

Nach Durkheim (1977) ist gesellschaftliche Ordnung nur durch ein Kollektivbewusstsein möglich. Daraus entsteht nach seinem Verständnis Solidarität. Die zentrale Kategorie hierfür ist die Arbeitsteilung. Mit steigender Ausdifferenzierung der Arbeitsteilung ändern sich auch die Erscheinungsformen von Solidarität, von der mechanischen hin zur organischen Solidarität. Erstere basiert auf Ähnlichkeit, d. h. auf vorgegebenen gemeinsamen Merkmalen einer Gruppe, wie z. B. Sippe, Stamm oder Familie. Mechanische Solidarität entsteht in traditionellen Gesellschaften in erster Linie durch verwandtschaftliche Zugehörigkeit sowie durch gleiche Lebensumstände und Vorstellungen. Sie findet sich in traditionellen Gesellschaften, in der die Arbeitsteilung sehr gering ist.

Mit zunehmender Arbeitsteilung und Spezialisierung werden die Menschen in modernen Gesellschaften zunehmend voneinander abhängig. Die dabei entstehende organische Solidarität basiert auf Austausch, Kooperation und Zusammenarbeit und ist damit eine Folge des sozialen Differenzierungsprozesses. Sie entsteht durch die Arbeitsteilung, die zu einem aufeinander angewiesen sein der Gesellschaftsmitglieder führt. Diese Form der Solidarität findet sich in modernen Gesellschaften und ersetzt größtenteils die mechanische Solidarität. Das bedeutet jedoch nicht, dass gemeinsame Anschauungen, als Fundament mechanischer Solidarität zur Gänze verschwinden, vielmehr treten diese weiter in den Hintergrund.

Zoll (2000) rechnet die Arbeitersolidarität zum Teil der mechanischen Solidarität zu. Diese Form der Solidarität, welche die Gleichheit zur Basis hat, gerät im Zeitalter zunehmender Individualisierung in die Krise. Sie wird nicht ganz verschwinden, aber an Bedeutung verlieren. Dies begründet Zoll (2000) zum einen damit, dass die Bedeutung der Lohnarbeit für die Individuen abnimmt und damit auch das Bewusstsein als Arbeiter oder Arbeiterin. Darüber hinaus wird die Er-

werbsgesellschaft immer heterogener, was die Fiktion der Gleichheit schwer aufrechterhalten lässt. Insbesondere der feministischen Theorie ist es zu verdanken, dass der Fokus nicht mehr auf die Gleichheit, sondern auf die Differenz gelegt wurde. Dies findet sich auch bei der Debatte um die Solidarität wieder. Neue Formen der Solidarität beziehen sich nicht mehr auf Gleichheiten, sondern betonen die Solidarität aufgrund von Differenz. Darin liegt nach Zoll das Potenzial für eine neue Solidarität, was

„erfreulicherweise auch zur Bildung offener Gemeinschaften, gar von Netzwerken (führt), die sowieso meist einen offenen Charakter haben. Diese Offenheit meint auch eine Dezentrierung des Subjektes und auch eine gewisse Distanz des Individuums zur Gemeinschaft.“ (Zoll 2000: 140)

Hondrich und Koch-Arzberger (1994) sehen diese neuen Formen von Solidarität insbesondere in Bürgerinitiativen (z. B. Kindergärten, Selbsthilfeorganisationen, 3.-Welt-Gruppen usw.). Dabei handelt es sich allerdings um Politikformen der 80er und frühen 90er Jahre, die Herstellung von Solidarität unter Nicht-Gleichen, via Internet wird weder bei Zoll noch bei Hondrich problematisiert.

Im virtuellen Raum können Menschen nicht an einem geografischen Ort zusammentreffen; das liegt in der Natur des Cyberspace und ist entsprechend banal. Von daher gilt es aber kritisch zu beleuchten, ob der Begriff der Solidarität in Zeiten der Netzwerkgesellschaft noch passt oder ob neue Begriffe und Konzepte notwendig sind, um gemeinsames Handeln jenseits geografischer Verortung beschreiben zu können. Vielmehr gilt es zu fragen, ob im Netz überhaupt gemeinsames Handeln stattfinden kann, oder ob Ansätze vom „vernetzten Individualismus“ (Castells 2005, Wellman 2001), oder der „Connectivity“ (Tomlinson 1999) besser geeignet sind, Sozialität in virtuellen Netzwerken treffend zu beschreiben. Diese Fragen stehen im Zentrum der Empirie, die nach dem Methodenkapitel folgt.

6 Methodologie und Methode

In diesem Kapitel werden die Forschungsfragen, die sich aus den theoretischen Vorüberlegungen ergeben, für die empirische Untersuchung präzisiert (6.1). Daran anschließend wird das Verfahren der sozio-materiellen Netzwerkanalyse vorgestellt, mittels derer die sozialen und virtuellen Netzwerke von Selbstständigen erhoben und ausgewertet wurden (6.2). Das Forschungsdesign wird in 6.3 beschrieben, darauf folgt ein Überblick über das Sample und die Materialauswahl (6.4). Der Abschnitt 6.5. umfasst die Datenaufbereitung und die Auswertung. Als Hintergrund hierzu werden die methodologischen Grundlagen kurz referiert und die forschungspragmatischen Anpassungen der Methoden an die Untersuchung beschrieben. Das Kapitel endet mit der Beschreibung der Typenbildung (6.6).

6.1 Forschungsansatz und Forschungsfragen

Selbstständige Arbeit in der Medienwirtschaft ist oftmals entgrenzte Arbeit. Die Trennung zwischen Arbeit und Leben hat sich hier bereits aufgelöst bzw. hat ihre ehemals scharfen Konturen verloren. Das Arrangement zwischen Leben und Arbeit wird dem Subjekt überantwortet, die Lebensführung wird dadurch zu Identitätsarbeit (Behringer 1998). Individuen lösen sich aus klassischen Bindungen und müssen sich selbst als „Planungsbüro“ (Beck 1986: 217) für ihren Lebenslauf betrachten. Mit zunehmender Entgrenzung von Arbeit und Leben müssen die Grenzen der Entgrenzung (Mayer-Ahuja/Wolf 2005) von den Subjekten selbst hergestellt werden, um einer zunehmenden Verbetrieblichung des Privatlebens zu entgehen. Hinzu kommt, dass die Bereiche abnehmen,

„in denen gemeinsam verfasstes Handeln das eigene Leben affiziert und es nehmen die Zwänge zu, den eigenen Lebenslauf selbst zu gestalten, und zwar auch und gerade dort, wo er nichts als das Produkt der Verhältnisse ist.“ (Beck 1986: 216)

Diese Entgrenzungstendenzen müssen auch methodologisch und methodisch Berücksichtigung finden. Eine subjektorientierte Forschungsperspektive³⁶ (vgl. Bolte 1983) scheint diesem Anspruch zu entsprechen: Zentrales Anliegen der subjektorientierten Soziologie ist es, das wechselseitige Konstitutionsverhältnis zwischen Mensch und Gesellschaft ins Blickfeld zu rücken. Subjektorientierte Soziologie versteht sich allerdings nicht als Theorieansatz oder Analyseschema, sondern als Forschungsperspektive, d. h. um ein

³⁶ Die Forschungsperspektive der subjektorientierten Soziologie wurde im Sonderforschungsbereich 101: Theoretische Grundlagen sozialwissenschaftlicher Arbeitskräfte- und Berufsforschung entwickelt (vgl. Bolte 1983: 12 ff.).

“Spezifisches ‚in den Blick nehmen‘ bei dem es darauf ankommt, vorhandene Theorieansätze zu verwenden, dass der Forderung optimal entsprochen wird, gesellschaftliche Strukturen hinsichtlich ihrer menschenprägenden Wirkung sowie als spezifischen Rahmen und spezifische Resultate menschlichen Verhaltens darzustellen.“ (Bolte 1983: 16)

Eine Konkretisierung der subjektorientierten Forschungsperspektive stellt das Konzept der alltäglichen Lebensführung dar, das im Rahmen des Sonderforschungsbereiches 333 entwickelt wurde (vgl. Voß 2000). In verschiedenen Projekten wurden die Zusammenhänge zwischen sich verändernden Arbeitsstrukturen und der Alltagsorganisation von Arbeitskräften empirisch untersucht. Dabei kristallisierte sich als zentrales Ergebnis eine zunehmende Verbetrieblichung der alltäglichen Lebensführung heraus: Rationalitätskriterien, die vormals der Arbeits-sphäre zugerechnet wurden, greifen zunehmend auch auf die private Lebensführung über. Hierzu wurden zwei Grundtypen von Lebensführung entwickelt: Der Erste unterwirft die Lebensführung einer klaren Zweck-Mittel-Kalkulation, in dem der Alltag gezielt verdichtet, langfristig geplant und auf klare Ziele hin ausgerichtet ist. Beim zweiten Typus hingegen beruht eine bewusste Optimierung des Alltags nicht auf langfristiger Planung, vielmehr wird auf wechselnde Anforderungen mit wechselnden Praktiken und situativem Lavieren reagiert. Die situativen Formen der Lebensführung finden sich in erster Linie dort, wo feste Planungen wenig Sinn machen, da die Arbeits- und Lebensbedingungen schwer vorhersehbar bzw. völlig unberechenbar sind. Empirisch wurde dieser Typus bei Journalistinnen und Journalisten vorgefunden (Voß 2000: 36). Dieser Typus trifft jedoch neben Journalisten auch für weitere Selbstständige in der Medienwirtschaft zu, wie im Folgenden noch gezeigt wird.

Die Entgrenzung von Arbeit sowie die Verbetrieblichung der alltäglichen Lebensführung erfordert nach Schönberger (2004) eine veränderte Forschungspraxis, die diese Entwicklungen mitberücksichtigt. Ein fordistisches Vorgehen, das sich nur auf die Arbeitsebene konzentriert, kann diesem Anspruch nicht gerecht werden. Vielmehr müssen Arbeits- und Lebenssphären im Forschungsprozess berücksichtigt werden. Die Wechselwirkungen zwischen beiden Bereichen erfordern eine Reflexion über die perspektivische Ausrichtung der Forschung (vgl. Seifert 2004: 312). Für die vorliegende Untersuchung bedeutet dies, dass sowohl die privaten wie beruflichen Netzwerke erhoben wurden, die auch kaum zu trennen sind. Darüber hinaus wurden die Rahmenbedingungen für Selbstständige in der Medienwirtschaft mitberücksichtigt, um das Handeln der Subjekte besser verstehen und erklären zu können.

Die Arbeit verfolgt das Ziel, individuelle und kollektive Vernetzungsstrategien von Selbstständigen im virtuellen Raum zu beschreiben. Für die Untersuchung wurde die Forschungsfrage wie folgt ausdifferenziert:

- Über welche sozialen und technologischen Netzwerke verfügen Solo-Selbstständige und welche Bedeutung bzw. Funktion haben diese für sie?
- Wie vereinbaren Selbstständige individuelle Gestaltungswünsche mit strukturellen Flexibilitätszwängen? Welche Rolle spielen dabei Informations- und Kommunikationstechnologien?
- Ermöglicht internetbasierte Kommunikation erweiterte Handlungs- und Gestaltungsspielräume für die Solo-Selbstständigen?
- Eröffnen elektronische Netzwerke neue soziale Räume für individuelles und kollektives Handeln, die qualitativ vergleichbar sind mit bekannten Formen politischen Handelns, oder unterscheiden sie sich davon in spezifischer Weise?
- Können Selbstständige neue Informations- und Kommunikationstechnologien nutzen, um sich über räumliche und soziale Begrenzungen hinweg zu vernetzen?
- Entstehen dabei virtuelle Netzwerke, die als soziales Kapital genutzt werden können?
- Entstehen neue Formen von Solidarität unter der Bedingung zunehmender Verflüssigung sozialer Zusammenhänge?

Die Forschungsfragen wurden dabei als offene Generalhypothesen formuliert. Das bedeutet, dass der Arbeit keine eindeutigen Hypothesen zugrunde liegen, die im Forschungsprozess abgeprüft werden. Auf die Festlegung klarer Hypothesen wurde verzichtet, da

„interessante Einsichten sich oft nur dann einstellen, wenn man sich traut, das Neue bzw. Fremde in einem Fall zu entdecken, und sich so Möglichkeiten ergeben, entweder durch Zufall eine überraschende Erfahrung zu machen, und/oder durch Abduktion von einem individuellen Fall auf allgemeine Fälle zu schließen.“ (Goll 2002: 34).

6.2 Sozio-materielle Netzwerkanalyse

Netzwerkanalysen, insbesondere qualitativ orientierte, erleben in den letzten Jahren eine besondere Konjunktur (vgl. Hollstein 2001, Hollstein/Straus 2005). Die zunehmende Bedeutung von Netzwerkanalysen ist sicher zum Teil der Wirkung der Werke von Manuel Castells zu verdanken, der Netzwerke als neue Form der Vergesellschaftung interpretiert.

Nach Weyer (2000) lassen sich zwei Typen sozialer Netzwerke identifizieren. Der Unterschied zwischen beiden liegt darin, ob die Netzwerke Ergebnis einer zielgerichteten Vernetzung sind oder ein Beobachtungsergebnis latenter Strukturen darstellen.³⁷ Bei Letztgenannten werden soziale Netzwerke in einem eher formalen Sinne als Beziehungsgeflechte verstanden, deren Strukturen mittels quantitativer Verfahren erfasst werden können (Schenk 1995, Pappi 1987). Beispiel hierfür ist die Feldstudie von John A. Barnes (1954), der in einer norwegischen Fischergemeinde die formalen und informellen Strukturen der Gemeinde untersuchte, die er anschließend als soziales Netzwerk beschrieb. Er gilt damit als einer der Gründungsväter des Konzeptes sozialer Netzwerke.

Als zweiten Typus benennt Weyer Interorganisationsnetzwerke. Diese unterscheiden sich von dem obigen Beispiel gerade dadurch, dass sie ein planvolles Konstrukt strategisch handelnder Akteure darstellen, die miteinander kooperieren, um ihre Interessen durchzusetzen. Die Vernetzung der Akteure ist dabei eine bewusste Handlung, die Mitglieder verstehen und definieren sich als Mitglieder des Netzwerkes. Die Aufgabe der Netzwerkanalyse besteht

„somit weniger darin, latente Strukturen zu dechiffrieren, als vielmehr manifeste Interaktionen und die von ihnen ausgehenden Vernetzungsprozesse zu rekonstruieren und auf diese Weise die Funktionsweise des Netzwerkes sowie dessen spezifische Leistung zu erklären.“ (Weyer 2000: 17)

Beide Ansätze stehen sich jedoch nicht konkurrierend gegenüber, sondern sind komplementär zu verstehen. Die formale Analyse trifft keine Vorannahmen über die Netzwerke, während die Analyse von Interaktionsnetzwerken ein spezifisches Phänomen thematisiert, dessen Eigenschaften sich oftmals nur durch teilnehmende Beobachtung oder historisch-rekonstruktive, qualitative Methoden erschließen lassen. Die zunehmende Bedeutung netzwerkartiger Prozesse der Handlungskoordination wertet Weyer (2000) als Indiz für gesellschaftliche Modernisierung. Die Netzwerkperspektive eignet sich nach Höfer und Straus für eine Analyse sozialer Verortungen besonders gut, denn die

„in der Netzwerkforschung gebräuchliche Umschreibung des Subjekts als Baumeister seines sozialen Netzwerks (trifft) dieses präzise, weil deutlich wird, dass der Einzelne nicht einfach schicksalhaft in Netzwerke eingebettet wird, sondern diese Netzwerke wesentlich mit entwirft und gestaltet.“ (Höfer/Straus 2003: 5)

³⁷ Die Actor-Network-Theory (ANT) ordnet Weyer in diesem Schema nicht ein, sondern definiert sie als eigene Kategorie (auf die er jedoch nicht näher eingeht).

Schneider (1997) verweist auf den Hybridcharakter von computervermittelter Kommunikation und macht damit deutlich, dass bei der Analyse von Netzwerken der Fokus sowohl auf den Face-to-face Kontakten, wie auch auf den computervermittelten Kontakten liegen muss. Die Verschränkung von sozialen und technischen bzw. virtuellen Netzwerken wird durch die sozio-materielle Netzwerkanalyse ermöglicht. Der Grundgedanke dabei ist, dass soziale Netzwerke durch (neue) Technologien überformt werden und dabei ihren Charakter verändern. Die sozio-materielle Netzwerkanalyse wurde im Rahmen des SFB 536 im Projekt „Mobilitätspioniere“ entwickelt (Kesselring 2006a).³⁸ Sie beschreibt eine Forschungsperspektive, in der sowohl soziale als auch materielle und technologische Netzwerke zum Gegenstand von Erhebung, Auswertung und Interpretation werden. Die Stärke des Netzwerkansatzes liegt damit in der Verbindung von Sozialem und Technischen zu sozio-materiellen Netzwerken. Die Netzwerkanalyse ist dabei nicht nur auf soziale Beziehungen beschränkt, sondern verknüpft soziale, zeitliche, räumliche und technische Prozesse miteinander. Mit Verweis auf Kesselring (2006a) beschreibt Florian Straus (2006) die Perspektive der sozio-materiellen Netzwerkanalyse

„als ein Geflecht von Beziehungen, bei dem die Frage der Ein- und Zuordnung (als Natur, Gesellschaft, Diskurs) eigentlich sekundär ist. Sie gehen das Wagnis ein, statt der Zerteilung der Gegenstände in gereinigte Kategorien der jeweiligen Wissenschaften, die Querbezüge zu sehen, die es zwischen menschlichen und nicht-menschlichen Objekten, zwischen Natur und Gesellschaft, zwischen Diskurs und Sein gibt.“ (Straus 2006: 492)

Bezogen auf die Analyse der Mailingliste (Kap. 8.4) ist der Netzwerkansatz besonders tauglich, da aufgrund der heterogenen Teilnehmerstruktur sich weder Konzepte der Gemeinschaft noch der Gruppensoziologie eignen (vgl. Stegbauer 2001). Gruppen definieren sich durch unmittelbare Mitgliederbeziehungen und relative Dauerhaftigkeit. Für die Gruppe ist direkte Interaktion konstitutiv, was sie von den Netzwerken unterscheidet. Gruppen werden durch strong ties charakterisiert, Netzwerke hingegen als weak ties (vgl. Frerichs/Wiemert 2002).

6.3 Das Forschungsdesign

Als zentrales Gütekriterium (nicht nur) qualitativer Forschung gilt die Gegenstandsangemessenheit (vgl. Kelle/Kluge 1999). Das bedeutet, dass sowohl das Erhebungs- als auch das Auswertungsverfahren dem Untersuchungsgegenstand und der zu untersuchenden Fragestellung angepasst werden muss. DIE Aus-

³⁸ Zu den “Mobilitätspionieren” siehe Bonß/Kesselring (2001), Bonß/Kesselring u. a. (2004), Kesselring (2006b).

wertungsmethode, die für alle Fälle verallgemeinerbar wäre, kann es deshalb nicht geben. Nach Witzel (1996) ist der Wissenschaftler (und die Wissenschaftlerin, GV) gehalten,

„die notwendigen Auswertungsschritte dem sozialwissenschaftlichen Gegenstand und der ihm entsprechend gewählten Erhebungsmethode anzupassen.“ (Witzel 1996: 49)

Zur Bearbeitung der oben angeführten Forschungsfragen wurde ein dreiteiliges Forschungsdesign entwickelt: Wesentliche Datenquellen sind dabei leitfadengestützte Interviews, die sowohl eine teilstandardisierte Erhebung von sozialstrukturellen Daten der Befragten als auch eine Kombination von sozialen, geografischen und virtuellen Netzwerkkarten als Grundlage der Rekonstruktionen von Netzwerken umfasste (vgl. Kesselring 2006a). Hinzu kommt die Analyse eines virtuellen Netzwerkes, die anhand einer Mailingliste durchgeführt wurde. Darüber hinaus wurden zur Erfassung der Kontextbedingungen Experteninterviews durchgeführt.

1. Leitfadengestützte Interviews:

Mit den Solo-Selbstständigen wurden leitfadengestützte Interviews durchgeführt. Die Hauptdimensionen des Leitfadens bezogen sich dabei auf die aktuelle soziale und wirtschaftliche Situation der Selbstständigen, die soziale und virtuelle Vernetzung, die Bedeutung internetbasierter Kommunikation, die Techniknutzung und Technikanwendung sowie auf das Verhältnis von Konkurrenz und Kooperation zwischen den Solo-Selbstständigen. Darüber hinaus wurden Netzwerkkarten eingesetzt, mittels derer die sozialen, geografischen und virtuellen Netzwerke erhoben wurden.

2. Inhaltsanalyse von Mailinglisten

Eine weitere wichtige Datenquelle stellen die Mailinglisten dar. Während des Erhebungszeitraumes wurden mehrere Mailinglisten, die sich thematisch oder berufsbezogen auf Selbstständige in der Medienwirtschaft bezogen, über einen Zeitraum von ca. einem Jahr verfolgt. Es handelte sich zum einen um eine Mailingliste für freiberufliche und abhängig beschäftigte Journalisten, eine für selbstständige Frauen aus dem Medienbereich sowie zwei Mailinglisten, die sich inhaltlich mit dem Urhebervertragsrecht beschäftigten. Zum einen dienten die dadurch erhaltenen Informationen dem Kontextwissen, zum anderen wurde aus den Mailinglisten eine konkrete ausgewählt, die inhaltsanalytisch ausgewertet wurde.

Neben der Inhaltsanalyse wurden auch Experteninterviews mit Listenverantwortlichen sowie leitfadengestützte Interviews mit Usern durchgeführt.

Ziel hierbei war es, die Entstehungsgeschichte der Mailingliste nachzeichnen zu können, und Informationen über die individuelle Nutzung und Aneignungsstrategien der User zu erfahren. Die Analyse der Mailingliste sollte Hinweise auf die Verschränkung von individuellem und kollektivem Handeln ergeben.

3. Analyse der Kontextbedingungen

Bei der Kontextanalyse galt es, die Rahmenbedingungen der Selbstständigen in der Medienwirtschaft zu erheben und in der Auswertung mit zu berücksichtigen. Zur Analyse der Kontextbedingungen wurde die ökonomische Situation der Medienwirtschaft bzw. deren Teilbranchen miteinbezogen. Hierzu wurden Brancheninformationen ausgewertet und Experteninterviews durchgeführt.

6.3.1 Leitfadengestützte Interviews

Als Erhebungsverfahren wurden leitfadengestützte Interviews gewählt. Die thematische Schwerpunktsetzung im Leitfaden diente der Orientierung und Strukturierung für die Interviewdurchführung. Der Gesprächsverlauf wurde allerdings offen gehalten, so dass der Leitfaden nicht als „Korsett“ den Gesprächsverlauf einengte.

In Anlehnung an Witzel (2000) wurde als Einstiegsfrage eine biografisch orientierte Frage gestellt, um den Erzählfluss zu generieren. Die Frage bezog sich auf den persönlichen Werdegang des Interviewten zur beruflichen Selbstständigkeit. In der darauf folgenden Phase wurde leitfadengestützt zu den Hauptbereichen Nachfragen gestellt. Falls es sich ergab, wurden auch ad hoc Fragen gestellt, um auf neue Anstöße eingehen zu können, die nicht im Leitfaden verzeichnet sind, aber dennoch als relevant erachtet wurden. Die Interventionen sollten die Gesprächsführung zielführend strukturieren, ohne sich am Leitfaden bürokratisch abzuarbeiten (Hopf 1978). Der Leitfaden wird dann zum Verhängnis, wenn man sich nicht von ihm lösen kann, wenn es die Situation erfordert und sich weiterhin starr an ihm orientiert. Christel Hopf (ebenda) hat diesbezüglich auf die Gefahren der „Leitfadenbürokratie“ verwiesen. Nach Meuser und Nagel (2002) ist es aber gerade der Leitfaden, der die Offenheit des Interviewverlaufes gewährleistet (vgl. ebenda: 78). Das mag paradox klingen, aber es leuchtet durchaus ein, dass die Forscherin sich durch den Leitfaden mit den abzufragenden Themenbereichen vertraut gemacht hat, was eine Voraussetzung für eine lockere Interviewführung ist.

Die Interviewführung orientierte sich am verstehenden Interview nach Kaufmann (1999), der großen Wert auf die Offenheit in der Interviewsituation legt.³⁹ Seiner Ansicht nach wird eine intensive Interaktion verhindert, wenn sich der Interviewer zu sehr zurücknimmt, da der Befragte nicht in der Lage ist, seinen Gesprächspartner einzuordnen. Kaufmann spricht in diesem Zusammenhang von einer „Enthumanisierung der Beziehung“ (ebenda: 77), die es dem Befragten nicht ermöglicht, sich auf das Interview einzulassen. Hier überschneiden sich die Ansätze von Kaufmann und von Witzel (2000), der ebenfalls betont, dass sich das Interview an Gewohnheiten des Alltags orientieren müsse, die normalerweise eben nicht durch eine scheinbare Unbeteiligtheit des Zuhörers gekennzeichnet ist.

Ein wichtiger Bestandteil des Interviews waren die Netzwerkkarten. Diese dienten sowohl als wichtiger Erzählstimulus als auch als wichtige Datenquelle für die Rekonstruktion der sozialen Netzwerke. Die Interviewten mussten dazu auf einer konzentrisch angeordneten Karte ihre sozialen Netzwerke (d. h. die für ihre privaten und beruflichen Belange relevanten Personen und Orte) eintragen und dies kommentieren. Häufig tauchen in diesen Karten auch virtuelle Orte wie Homepages auf, die auf den translokalen Charakter des (politischen) Handelns verweisen. Methodisch basieren die sozialen Netzwerkkarten auf eine Reihe von Erfahrungen und Vorüberlegungen, auf die zurückgegriffen werden konnte (Straus 2002, Hollstein 2002, Hollstein 2003, Pelizäus-Hoffmeister 2001, Kesselring 2006a).

Das Interview endete mit einer kleinen teilstandardisierten Erhebung, in der im Wesentlichen sozialstrukturelle Grundkategorien wie Bildungsstand, Beruf, Position, Einkommen, Familienstand etc. abgefragt wurden. Diese Informationen erleichterten als Hintergrundinformation die Auswertung. Nach dem Interview wurde ein kurzer Interviewbericht verfasst, in dem der Ort des Interviews, Anmerkungen zur Gesprächsatmosphäre, zum Gesprächsverlauf oder Auffälligkeiten und spontane Einschätzungen und Hinweise notiert wurden. Darüber hinaus wurden auch Informationen festgehalten, die von den Interviewpartnern nach dem Ausschalten des Aufnahmegerätes noch gegeben wurden (z. T. gerade deshalb, weil das Gerät ausgeschaltet war). Die Interviewberichte wurden meist unmittelbar nach dem Interview erstellt, da das Kurzzeitgedächtnis, in dem Eindrücke vom Interview gespeichert werden einer enormen „Vergessensrate“ unterliegen (vgl. Gläser/Laudel 2004: 187).

³⁹ Hier gibt es vielfältige Parallelen zu Schütze (1987) und dem narrativen Interview. Allerdings unterscheiden sich Kaufmann und Schütze sehr grundlegend in der Interviewdurchführung: Während Schütze großen Wert darauf legt, dass sich der Interviewer persönlich sehr zurückhält, setzt Kaufmann auf einen intensiven Austausch in der Interviewsituation.

6.3.2 *Qualitative Inhaltsanalyse der Mailingliste*

Eine weitere zentrale Datenbasis für die Netzwerkanalyse stellt die Mailingliste zum Urhebervertragsrecht dar.⁴⁰ Die Auswertung der Mailingliste erfolgte, in Anlehnung an Mayring (2000) und Gläser (2004) mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse. Unter dem Begriff der Inhaltsanalyse, der aus dem Terminus „Content Analysis“ abgeleitet ist, werden heute eine Vielzahl von Einzelverfahren zusammengefasst, die den Inhalt von Kommunikationsprozessen unter verschiedensten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ untersuchen (vgl. Mayring 2000).

Bei der Inhaltsanalyse handelt es sich ursprünglich in erster Linie um ein quantitatives Verfahren. Instrument der quantitativ orientierten Inhaltsanalyse ist die Zählung von Häufigkeiten von Textelementen und Frequenzanalysen, mittels derer das sprachliche Material klassifiziert wird. Ziel der quantitativen Inhaltsanalyse ist es, den manifesten Kommunikationsinhalt zunächst anhand von Kriterien zu beschreiben und ihn damit für weitere Auswertungen, wie statistische Verfahren, in Datenbanken zu strukturieren und vorzubereiten. Diese Methode findet vor allem bei den Kommunikationswissenschaften Anwendung.

In der sozialwissenschaftlichen Forschung erlebte die Inhaltsanalyse Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts große Aufmerksamkeit.⁴¹ Insbesondere die Verbreitung der Massenmedien ab der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und ihre gesellschaftliche Analyse der Auswirkungen ließ die Content Analysis an Bedeutung gewinnen. Als einer der „Väter der Inhaltsanalyse“ gilt Lasswell (1927), der vor dem Hintergrund der Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges mit der Methode der Inhaltsanalyse die Beeinflussung der Kriegsberichterstattung auf menschliches Handeln analysierte. Die rein quantitative Ausrichtung der Inhaltsanalyse stieß allerdings früh auf Kritik. So plädiert Kracauer (1952) für eine Inhaltsanalyse, in welcher bei der Analyse die Rekonstruktion des Kontextes, die latenten Sinnstrukturen sowie die Bedeutung der Einzelfälle berücksichtigt wer-

⁴⁰ Während des Erhebungszeitraumes wurden noch weitere Mailinglisten, die sich mit der Medienwirtschaft oder mit Selbstständigen beschäftigen, in die empirische Erhebung einbezogen. Allerdings handelte es sich hierbei um weitaus größere und heterogenere Listen, die entweder für Selbstständige aller Branchen offen waren, oder die Liste war stark berufsspezifisch organisiert, wie z. B. das Journalistennetzwerk, unterschied aber dann nicht zwischen selbstständig oder angestellt. Diese Mailinglisten dienten in der Auswertungs- und Analysephase in erster Linie dazu, einen Überblick über die relevanten Listen im Bereich Selbstständigkeit und Medienwirtschaft zu erhalten.

⁴¹ Erste Inhaltsanalysen gab es bereits im 18. Jhd., als schwedische Kleriker pietistische Kirchenlieder analysierten, um festzustellen, ob die damals neu entstehende kirchliche Bewegung auch die kirchlichen Glaubensvorschriften befolgten (vgl. Früh 2001: 11).

den. Damit kritisierte er das isolierende, Sinnzusammenhänge auflösende Verfahren, das er für ein Merkmal quantitativer Inhaltsanalyse hielt.

Philipp Mayring (2000) hat diese Kritik aufgenommen, indem er die in den Kommunikationswissenschaften entwickelte quantitative Inhaltsanalyse um qualitativ-interpretative Auswertungsschritte erweiterte. In dem von ihm entwickelten Verfahren steht nicht mehr die Häufigkeit des Auftretens bestimmter Informationen im Vordergrund, sondern der manifeste und latente Inhalt dieser Information. Die qualitativ empirische Inhaltsanalyse geht damit über die Messung und Zählung von Kommunikationsinhalten hinaus.

Nach Mayring ist bei der Inhaltsanalyse folgendermaßen vorzugehen:

1. Festlegung des Materials
2. Analyse der Entstehungssituation
3. Formale Charakterisierung des Materials
4. Festlegung des Interpretationsrahmens und der Interpretationsrichtung anhand von Analyseeinheiten
5. Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung
6. Bestimmung der Analysetechnik
7. Definition der Analyseeinheit
8. Analyse des Materials
9. Interpretation (vgl. Mayring 2000: 56 ff.).

Die Arbeitsschritte 1 – 3 beziehen sich auf die Beschreibung des Materials, die Schritte 4 – 7 auf die Bestimmung des Vorgehens bei der Auswertung. Die eigentliche Auswertungsarbeit beginnt bei Schritt 8. Hier wird das Material schrittweise fallbezogen codiert und analysiert. Im letzten Schritt, der Interpretation werden die Ergebnisse anhand der Fragestellung der Untersuchung dargestellt.

Die Inhaltsanalyse von Mayring umfasst damit sehr umfangreiche Arbeitsschritte, die Gläser und Laudel (2004) zufolge für die Forschungspraxis methodologisch nicht begründbar und technisch zu aufwändig sind.⁴² Für die vorliegende Arbeit dienten die Arbeitsschritte von Mayring als Orientierungsrahmen und zur Systematisierung des Vorgehens. Für die Auswertung wurden die Arbeitsschritte modifiziert, da die Rekonstruktion des Diskussionsprozesses im Mittelpunkt stand und nicht die Rekonstruktion latenter Sinnstrukturen.

Die Auswertung der Mailingliste ist als explorative Studie zu verstehen, da der Gegenstandsbereich bislang relativ unerforscht ist. Auswertungen über Mailing-

⁴² Für ein Lehrbuch erachten Gläser und Laudel (2004) die detaillierte Beschreibung der Vorgehensweise von Mayring als durchaus hilfreich und sinnvoll.

listen sind – soweit vorhanden – in erster Linie quantitativ orientiert (vgl. Luzar 2004, Pötschke 2002, Schütte 2004, Stegbauer/Rausch 1999, Goll 2002). Bei der quantitativen Netzwerkanalyse werden mittels Blockmusteranalyse die Beziehungen zwischen den einzelnen Usern hergestellt und daraus eine Netzwerkmatrix entwickelt, in der die Beziehungen grafisch dargestellt werden. Allerdings kann die Blockmusteranalyse keine Antwort auf die Frage geben, welche Bedeutung die Netzwerke für die Nutzer haben. Diese quantitative Form der Netzwerkforschung steht, wie bereits Kracauer (1952) kritisiert, vor dem Problem des fehlenden Kontexts, da wesentliche Bedingungen zu einer gehaltvollen empirischen Rekonstruktion fehlen. Um dies zu vermeiden, wurde die Auswertung der Mailingliste qualitativ angelegt und mit Experteninterviews ergänzt.

6.3.3 *Experteninterviews*

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Datenerhebung waren die Experteninterviews. Als Experten galten zum einen Branchenvertreter, Verbandsvertreter und Betriebsräte aus der Medienwirtschaft, die als Informanten für das Hintergrundwissen dienten. Darüber hinaus wurden Experteninterviews mit Verantwortlichen und Initiatoren von Mailinglisten durchgeführt, um so die Entstehung der Mailinglisten nachvollziehen und beschreiben zu können. Diese Experteninterviews waren für die Auswertung der Mailingliste von großem Nutzen, da damit bereits bestimmte Informationen vorlagen, die ansonsten nicht, bzw. nur mühsam über die Mailingliste zu erschließen gewesen wären.

Nach Meuser und Nagel (2002) sind Experten Teil des Handlungsfeldes, das den Forschungsgegenstand ausmacht. Damit verstehen sie unter Experten nicht Personen, die von außen Stellung zu einem bestimmten Thema nehmen. Die Frage, ob jemand Experte ist oder nicht, hängt vom jeweiligen Forschungsinteresse ab. Der Expertenstatus ist damit vom Forscher verliehen, begrenzt auf eine bestimmte Fragestellung. Experten sind für den forschenden Sozialwissenschaftler ein Medium, durch das Wissen über einen ihn interessierenden Sachverhalt erlangt werden soll. Dadurch haben Experten eine besondere, mitunter sogar exklusive Stellung in dem zu untersuchenden Bereich (vgl. Gläser/Laudel 2004: 10). Experten interessieren dabei nicht als Person, sondern als Träger spezifischen, für die Forschungsfrage relevanten Wissens.

„Experten stehen daher lediglich für Strukturzusammenhänge, sie verkörpern organisationale und institutionelle Entscheidungsstrukturen und Problemlösungen, sie repräsentieren Wissensbestände im Sinne von Erfahrungsregeln, die das Funktionieren von sozialen Systemen bestimmen – oder sie haben ‚nur‘ Einblick in all diese Wissensbestände.“ (Liebold/Trinczek 2002: 41)

Das Wissen der Experten wird dabei unterschieden nach Kontext- bzw. Betriebswissen (vgl. Meuser/Nagel 2002: 76). Experteninterviews, die zur Generierung des Kontextwissens dienen, sind Meilensteine auf dem Wege zur Hauptuntersuchung. Die Auswertung der Interviews findet dann ihr Ende, wenn ihr Zweck erfüllt ist, d. h., wenn Themen und Hypothesen für die weiteren Untersuchungsschritte realitätsgesättigt sind (ebenda: 77). Die Experteninterviews sind dadurch stark vorstrukturiert, da bereits im Vorfeld eine Entscheidung darüber getroffen wurde, über welchen Bereich oder Themenfeld der Experte Auskunft geben soll.

„Mit der Entscheidung bestimmte Experten mit Hilfe eines bestimmten Leitfadens zu befragen, ist die Ausrichtung auf einen bestimmten Wirklichkeitsausschnitt gefallen, auf den dann im Interview Bezug genommen wird.“ (Liebold/Trinczek 2002: 42)

Im Bereich der Medienwirtschaft wurden als Experten ein Personenkreis angesehen, der über Rahmenbedingungen der Medienwirtschaft wie auch zur Situation von Selbstständigen Auskunft geben konnte. Darüber hinaus wurden auch Expertengespräche mit Mailinglistenverantwortlichen geführt.

6.3.4 Kontextanalyse

Zur Beschreibung der Rahmenbedingungen von Selbstständigen in der Medienwirtschaft wurde die ökonomische Situation in der Medienwirtschaft analysiert. Karl Martin Bolte hat in der Begründung einer subjektorientierten Soziologie bereits auf die Notwendigkeit verwiesen, gesellschaftliche Strukturen in den Forschungsprozess mit zu integrieren.

„Dies geschieht dadurch, dass gesellschaftliche Strukturen oder Strukturelemente (...) daraufhin analysiert werden, in welcher speziellen Weise sie menschliches Denken und Handeln prägen, wie Menschen bestimmter sozio-historisch geformter Individualität innerhalb dieses strukturellen Rahmens agieren und so u. a. zu seiner Verfestigung oder Veränderung beitragen und wie schließlich die betrachteten Strukturen selbst einmal aus menschlichen Interessen, Denk- und Verhaltensweisen hervorgegangen sind.“ (Bolte 1983: 15 ff.)

Die Notwendigkeit branchenspezifische Daten mit in die Auswertung einfließen zu lassen ist dem Umstand geschuldet, dass damit vermieden werden sollte, eine

„Metro-Strecke zu erklären, ohne das Streckennetz in Rechnung zu stellen, also die Matrix der objektiven Bedingungen zwischen den verschiedenen Stationen.“ (Bourdieu 1990: 80)

Mit dieser Metapher hat Bourdieu Ansätze in der empirischen Sozialforschung kritisiert, die den Blick auf die Strukturen vernachlässigen oder verlieren. Dies

sollte mit der Kontextanalyse vermieden werden. Die Kontextanalyse erfolgte in erster Linie durch die Analyse von Branchenberichten, Expertisen verschiedener sozialwissenschaftlicher Institute sowie durch intensive Internetrecherche. Eine wichtige Informationsquelle stellte dabei die Internetseite der Fachgruppe Verlage und Agenturen im Fachbereich Medien, Kunst und Industrie der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di dar (vgl. www.verdi-verlage.de), auf der regelmäßig und zeitnah Branchenberichte, Einschätzungen sowie Perspektiven der Medienwirtschaft und der wichtigsten Medienkonzerne dargestellt werden.

Die Analyse der ökonomischen Situation der Medienwirtschaft lässt jedoch keine eindeutigen Schlüsse auf die Situation von Selbstständigen in der Medienwirtschaft zu. Dies liegt zu einem Teil daran, dass ein direkter ökonomischer Zusammenhang zwischen der Situation in der Medienwirtschaft und der Situation der Selbstständigen nicht besteht. Darüber hinaus haben die Auswirkungen der Krise in der Medienwirtschaft auch unterschiedliche Auswirkungen auf die Selbstständigen, je nach dem, in welchem Bereich bzw. Tätigkeitsfeld die Selbstständigkeit ausgeübt wird. Dennoch ist es unverzichtbar wesentliche Merkmale der Branche sowie deren ökonomische Situation genau zu kennen. Dies war sowohl für die Interviewdurchführung, wie auch für die Auswertung von Bedeutung.

Problem der sekundärstatistischen Quellen ist allerdings, dass es keine amtliche Statistik zu Solo-Selbstständigen gibt, die aktuelle Datenlage von daher schwierig zu ermitteln ist (vgl. Wenny 1999, Betzelt 2006, Gottschall 1999). So umfasst die Beschäftigtenstatistik, wie der Name bereits andeutet, nur Unternehmen mit Beschäftigten. Sekundärstatistische Auswertungen zur Entwicklung von Solo-Selbstständigkeit beziehen sich deshalb in erster Linie auf die Daten des Mikrozensus.

6.4 Sampling und Materialauswahl

Für die Auswahl von Solo-Selbstständigen waren zwei Faktoren bedeutsam: Zum einen treffen bei Solo-Selbstständigen in der Medienwirtschaft gesellschaftliche Tendenzen zusammen, die als Entgrenzung bzw. Auflösung des Normalarbeitsverhältnisses und als Individualisierung charakterisiert werden können, weswegen sie oftmals als Pioniere einer neuen Arbeitswelt angesehen werden. Zum anderen sind sie zugleich Produkt und Motor einer sich rasant verändernden Arbeitswelt. Die digitalen Informationsmedien, die sie tagtäglich nutzen, spielen dabei eine entscheidende Rolle. Insbesondere das Internet steht für diese Veränderung der Arbeitswelt und womöglich der gesamten Gesellschaft.

6.4.1 *Auswahl der Interviewpartner*

Bei der Auswahl der Stichprobe ist darauf zu achten, dass die Träger theoretisch relevanter Merkmalskombinationen in der Stichprobe hinreichend vertreten sind (vgl. Kelle/Kluge 1999: 38). Damit ist eine maximale Variation der Untersuchungsgruppe gemeint. Ist dies der Fall, spricht man von theoretischer Sättigung. In der vorliegenden Untersuchung bedeutete dies, dass die unterschiedlichen Bereiche, in denen Selbstständige in der Medienwirtschaft tätig sind, im Sample auch vertreten sind. Die größte Gruppe innerhalb der Selbstständigen in der Medienwirtschaft stellen die Journalisten dar, was ihren Ausdruck auch in diesem Sample findet.

Der Zugang zum Forschungsfeld erfolgte zunächst über verschiedene Mailinglisten. Dazu wurde die Skizze über das Forschungsvorhaben an die Abonnenten verschiedener Mailingliste gepostet. Daraufhin haben ca. 60 Personen ihre Interviewbereitschaft erklärt. Die Rückmeldung per Email erfolgte erstaunlich schnell. Über 80 % der Mails gingen spätestens 2 Stunden nach dem Posting ein. Hier scheint es sich zu bestätigen, dass es sich bei Email um eine „schnelle Technologie“ handelt. Lediglich vereinzelte „Nachzügler“ erklärten ihre Interviewbereitschaft 1 – 3 Tage später. Aus dieser Grundgesamtheit wurden Personen mit unterschiedlichen Berufen an unterschiedlichen Orten ausgewählt, mit denen dann Interviewtermine vereinbart wurden. Bei den Interviewpartnern, die sich unmittelbar nach dem Aufruf in der Mailingliste gemeldet haben, kann davon ausgegangen werden, dass das Internet und auch die Mailingliste eine wichtige Rolle spielen. Damit gingen in das Sample verstärkt technikaffine Solo-Selbstständige ein, was das Pionierhafte in der Auswahl verstärkte, was durchaus beabsichtigt war.

Aus Kosten- und Zeitgründen wurde von der sukzessiven Erhebung, wie dies im theoretical sampling⁴³ vorgesehen ist, absehen. Dem Postulat der sukzessiven Erhebung wurde nicht nachgekommen, da durch den Aufruf in den Mailinglisten gleichzeitig viele Interviewpartner gewonnen werden konnten. Die Interviewpartner konzentrieren sich räumlich auf die Medienzentren der Bundesrepublik (München, Leipzig, Berlin, Hamburg und Köln). Da die Erhebung mit längeren Bahnfahrten verbunden war, wurden mehrere Interviews in den jeweiligen Orten

⁴³ Beim theoretical sampling handelt es sich um eine theoriegeleitete Fallauswahl. Dazu werden die Daten sukzessive nach den Kriterien maximaler Kontrastierung erhoben. Dieses Verfahren wird bis zur empirischen Sättigung wiederholt. Diese tritt ein, wenn die Erhebung weiterer Fälle keinen theoretischen Mehrwert mehr verheißt (vgl. Glaser/Strauss 1998).

durchgeführt. Die Erhebung erfolgte in drei Phasen und erstreckte sich über einen Zeitraum von ca. 6 Monaten.

Insgesamt wurden 42 Interviews durchgeführt: 31 Interviews mit Solo-Selbstständigen (davon 17 weiblich und 14 männlich zwischen 32 und 53 Jahren) sowie 11 Experteninterviews.

Im Einzelnen:

Leitfadengestützte Interviews:

- 15 Journalistinnen und Journalisten (davon 2 arbeitnehmerähnlich)
- 8 Kulturschaffende (Fotografen, Autoren, Filmemacher)
- 6 aus dem Bereich Grafik und Multimedia (Online-Marketing, Grafikerin, Web-design)
- 2 Übersetzer

Experteninterviews:

- 5 Interviews mit Initiatoren bzw. Betreuern von Mailinglisten
- 6 Experteninterviews mit Branchen- und Verbandsvertretern

6.4.2 Auswahl der Mailingliste

Während der Erhebungsphase wurden mehrere Mailinglisten für Medienschaffende verfolgt. Konkret ausgewählt wurde für die Inhaltsanalyse eine Mailingliste, zum Urhebervertragsrecht. (Zur Entstehungsgeschichte der Mailingliste und zum Urhebervertragsrecht siehe Kapitel (8.4.2). Bezogen auf die Fragestellung der Untersuchung erschien diese Liste am relevantesten, da hier ein konkreter Konflikt zwischen den Interessen von Autoren und Verlagen Entstehungsgrund für die Mailingliste war. Mittels der Mailingliste konnten sich die Solo-Selbstständigen untereinander auszutauschen und ein gemeinsames Vorgehen diskutieren. In dieser Liste waren damit Fragen nach kollektivem Handeln und der Durchsetzung gemeinsamer Interessen hoch brisant. Hinzu kam, dass im Rahmen der Mailingliste ein gemeinsames Vorgehen jenseits verbandlicher Organisiertheit vereinbart werden sollte. Von daher gab es keine zentrale Stelle, von der aus ein konkretes Handeln koordiniert werden sollte. Als glücklicher Umstand bei der Auswahl erwies sich die Aktualität der Auseinandersetzung. Der Konflikt um das neue Urhebervertragsrecht erlebte im Vorfeld der empirischen Erhebung einen neuen Höhepunkt, was ein weiteres Argument für die Auswahl war. Die Debatte um das neue Urhebervertragsrecht war Gegenstand diverser Debatten in den Medien, bei den Gewerkschaften und in berufsständischen Organisationen. Ein weiterer Grund für die Auswahl bestand in der Möglichkeit, die gesamte Diskussion der Liste lückenlos dokumentieren und den Verlauf der Debatten rekonstruieren zu können, da sowohl die Listengröße, als auch das Mail-

aufkommen überschaubar und bearbeitbar waren. Dies bot die Chance, im Analysezeitraum (9 Monate) nicht nur einzelne Threads⁴⁴ zu analysieren, sondern den kompletten Diskussionsprozess zum Gegenstand der Auswertung zu machen.

Der Zugang zu den geschlossenen Mailinglisten erfolgte über die Interviewpartner und befragte Experten. Bei allen Mailinglisten handelte es sich um geschlossene Mailinglisten, d. h., der Zugang erfolgt über den Moderator bzw. Listenverantwortlichen. Die Aufnahme als Abonnentin zur analysierten Mailingliste erfolgte durch einen Interviewpartner. Im Zuge des Interviews wurde der Zugang angeboten, um die Diskussion über das Urhebervertragsrecht direkt mitverfolgen zu können.

Dass die Mailingliste Gegenstand einer wissenschaftlichen Untersuchung werden würde, war anfangs noch nicht geplant. Da unterschiedliche Listen abonniert wurden, wurde die Auswahl erst getroffen, nachdem die Mailinglisten eine gewisse Zeit verfolgt wurden. Dass an der Liste ein wissenschaftliches Interesse bestand, war nur den jeweiligen Listenverwaltern bekannt. Von daher handelt es sich um eine nicht teilnehmende Beobachtung, da in den Diskussionsprozess nicht eingegriffen wurde, was den Vorteil hatte, dass dieser durch die „Anwesenheit der Wissenschaftlerin“ nicht gestört bzw. beeinflusst wurde. Allerdings wirft diese Vorgehensweise forschungsethische Fragen auf, da nicht generell davon ausgegangen werden kann, dass die Zustimmung für die wissenschaftliche Auswertung erteilt worden wäre. Innerhalb der Chat-Forschung werden ethische Fragen entlang der Besonderheiten der reaktiven und nonreaktiven Datenerhebung diskutiert (vgl. Döring 2001: 157). Nach Döring gibt es mittlerweile viele Netznutzer, die wissenschaftliche Forschung in ihren Foren dezidiert untersagen. Dies war bei den hier untersuchten Mailinglisten nicht der Fall, es wurde aber auch gar nicht thematisiert. Von daher muss man sich bewusst sein, dass man nicht über das explizite Einverständnis der Nutzer zur wissenschaftlichen Erforschung der Mailingliste und der darin geführten Diskussionen verfügt. Dieser Konflikt lässt sich bedauerlicherweise auch nicht auflösen. Verschärft wird das Problem auch dadurch, dass die Listenteilnehmer nicht, wie beispielsweise in Chaträumen üblich, mit nicknames kommunizierten. Die Mails sind damit – jedenfalls für den Kreis der Abonnenten – jederzeit direkt persönlich zuordenbar. Um dies zu vermeiden werden Mails nicht direkt zitiert. Der Name der Mailingliste sowie die Teilnehmer und deren E-Mail-Adressen wurden anonymisiert.

⁴⁴ Threads sind Diskussionsstränge, die bei einer netzbasierten Kommunikation zu einem Thema entstehen. Meist lassen sich Threads anhand eines gemeinsamen Betreffs nachzeichnen.

6.5 Auswertung

Das Datenmaterial für die Auswertung bestand aus den transkribierten Interviews, den Beiträgen der Mailingliste sowie diversen sekundärstatistischen Auswertungen und Materialien zur ökonomischen Lage der Medienwirtschaft.

6.5.1 Auswertung der Interviews

Die Interviews wurden entlang eines Gesprächsleitfadens geführt, dem auch in der Auswertung eine wichtige Rolle zukam. Die thematischen Blöcke des Leitfadens fanden sich in der Auswertung in den Codes⁴⁵ wieder. Die Auswertung entlang der thematischen Blöcke erleichterte das Codieren der Interviews und ermöglichte die Vergleichbarkeit der einzelnen Interviews.

Die Interviews wurden anhand der Tonbandaufnahmen vollständig transkribiert und bildeten die wichtigste Materialgrundlage. Firmen- und Orts- und Personenamen wurden im Transkript anonymisiert. Aufwendige Notationssysteme, bei narrativen Interviews unverzichtbar, wurden nicht transkribiert, da sie nicht zum Gegenstand der Interpretation gemacht wurden. Lediglich Auffälligkeiten, wie sehr lange Gesprächspausen, langes Nachdenken, externe Störungen (z. B. Telefonanruf) oder Lachen wurden in der Transkription vermerkt.

Für die Datenaufbereitung hat sich Nutzung der entsprechenden Software als sehr hilfreich erwiesen. Sowohl die Datenaufbereitung, als auch die weitere Auswertung erfolgte computergestützt mit dem Softwareprogramm MaxQda (vgl. Kuckartz 2004). Nach der Kontrolle und Korrektur des Transkripts durch nochmaliges Abhören wurde es in MaxQda eingelesen. Die computergestützte Auswertung wurde gewählt, da sich damit eine weit größere Transparenz als bei manuellen Vorgehensweisen erzielen lässt. In einem nächsten Arbeitsschritt wurden die Interviewpassagen den Kategorien (Codes) des Leitfadens zugeordnet. Das Softwareprogramm bietet dabei den Vorteil, dass Auffälligkeiten und Besonderheiten in Memos festgehalten werden können.

Die Auswertung wurde im ersten Schritt fallbezogen vorgenommen. Hierzu wurde das Interview mehrfach durchgelesen und anschließend codiert. Die Kategorienbildung bildet eine Mischung aus induktivem wie deduktivem Vorgehen. Bei der induktiven Kategorienbildung werden die Auswertungsaspekte nahe am Material, aus dem Material heraus entwickelt. Bei der deduktiven Kategorienbildung werden hingegen vorher festgelegte, theoretisch begründete Auswertungsaspekte an das Material heranzutragen. Beide Wege der Kategorien-

⁴⁵ Analog Kuckartz (2004: 26) werden die Begriffe Kategorien und Codes synonym verwendet.

bildung schließen sich nicht aus, sondern ergänzen sich gegenseitig. Aus dem Leitfaden für die Interviews wurden zunächst die deduktiven (Haupt)Kategorien gebildet, die dann im Auswertungsprozess durch die induktive (Unter)Kategorienbildung aus dem Material ergänzt wurden.

Folgende Hauptkategorien wurden aus dem Leitfaden übernommen:

- a.) Biografischer und beruflicher Werdegang
- b.) Rahmenbedingungen für die Selbstständigen und deren konkrete Situation
- c.) Technikausstattung und Techniknutzung
- d.) Soziale und virtuelle Netzwerke
- e.) Mobilitätsanforderungen
- f.) Kompetenzen und soziales Kapital
- g.) Kooperation und Konkurrenz

Da die Hauptdimensionen noch zu allgemein waren, wurden sie noch weiter ausdifferenziert. Die Ausdifferenzierung ergab sich in erster Linie aus dem Material. Ergebnis dieses Arbeitsschrittes war ein ausdifferenziertes Codierschema, dem die Interviewpassagen zugeordnet wurden. Dadurch wurde das Material weiter verdichtet, da in die weitere Auswertung lediglich die zentralen Teile des Interviews gelangten. Nach Abschluss der Datenaufbereitung ist die Basis für die weitere Auswertung nicht mehr das Einzelinterview. Vielmehr dienen die einzelnen Codings (codierte Textstellen zu einem Code) als weitere Arbeitsgrundlage. Da alle Texte in MaxQda aufbereitet sind, können auch jederzeit einzelne Codings wieder im Interviewzusammenhang berücksichtigt werden, falls die Kontextualisierung notwendig erscheint. Über das Interview wurde anschließend ein Falldossier erstellt, in dem die zentralen Themen des Interviews dargestellt sind.

Im nächsten Arbeitsschritt wurden die Codings aller Interviews auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin analysiert. Dies geschah vor dem Hintergrund, dass

„(...) hinter der Vielfalt individueller Äußerungen in den Interviews eine begrenzte Anzahl typischer Einstellungen, Positionen, Orientierungen, Konstruktionen von Wirklichkeit usw. finden lassen, die herauszuarbeiten lohnend ist.“ (Liebold/Trinczek 2002: 53)

Die zentralen Themen wurden in einem weiteren Arbeitsschritt fallübergreifend und systematisch miteinander verglichen. Hierzu wurden die Codings der gesamten Interviews zu einem Themenfeld analysiert. Dazu wurden aus dem Material Dimensionen herausgearbeitet, die für die Typisierung grundlegend waren. Diese Gemeinsamkeiten wurden dann typologisierend verdichtet. Die Typen entstanden dadurch aus dem Material und wurden nicht vorab aus theoretischen Vorüberlegungen generiert.

Als sehr hilfreich hat sich die Arbeit in einer gemeinsamen Auswertungsgruppe erwiesen.⁴⁶ In zweiwöchigen Treffen wurden Interviews aus unterschiedlichen Dissertationsprojekten diskutiert. Je nach Stand der Arbeit wurden Leitfaden, Interviewpassagen, Fallbeschreibungen, fallübergreifende Auswertungsschritte oder Kategorienschemata diskutiert. Dadurch konnte das eigene Vorgehen kritisch reflektiert werden und eine größere Validität erreicht werden.

6.5.2 Auswertung der Mailingliste

Zur Auswertung der Mailingliste kamen alle Emails (ca. 300) des ausgewählten Zeitraumes (9 Monate). Die Auswertung der Mailinglisten beinhaltet die formale und die inhaltliche Analyse. Dabei wurde folgendes Vorgehen gewählt: Zunächst wurde mit der Auswahl der Mailingliste zum Urhebervertragsrecht das Material für die Auswertung festgelegt. Anschließend wurde zur Vorbereitung der Analyse das gesamte Emailaufkommen innerhalb des Erhebungszeitraumes einem Kategorienschema zugeordnet (s. weiter unten) und anschließend der formalen Analyse unterzogen. Die formale Analyse der Mailingliste brachte erste Ergebnisse hinsichtlich der Beteiligungsstrukturen der Diskussion.

Der nächste Analyseschritt bezog sich auf die inhaltliche Analyse der Mailingliste. Dazu wurde zunächst die Grundgesamtheit festgelegt, denn nicht alle Mails gingen in die inhaltliche Analyse ein. Berücksichtigt wurden nur noch diejenigen Mails, die sich thematisch auf die Diskussion um das Urhebervertragsrecht bezogen. Allgemeine Mails, z. B. die Mitteilung einer Journalistin, dass sie in den nächsten Tagen in Urlaub sei, blieben unberücksichtigt. In einem zweiten Schritt wurde der Diskussionsprozess innerhalb der Mailingliste beschrieben und dahingehend analysiert, inwieweit sich Verweise auf ein kollektives Handeln finden, und ob bzw. wie gemeinsame Interessen definiert werden.

6.5.2.1 Formale Analyse

Für die formale Analyse wurden die Mails ihrer Funktion nach sortiert in:

1. Mastermail: Darunter werden initiiierende Mails verstanden. Mastermails führen ein neues Thema bzw. eine neue Fragestellung ein. Bei den Verfassern von Mastermail handelt es sich in der Regel um zentrale Akteure der Mailingliste.

⁴⁶ Die Auswertungsgruppe bestand aus Kollegiaten und Kollegiatinnen des Promotionskollegs „Arbeit Gender Technik“ der Hans Böckler Stiftung und weiteren HBS-StipendiatInnen. Insgesamt bestand die Gruppe aus ca. 8 Personen.

2. Respondierende Mail: Diese beziehen sich direkt auf das Mastermail und ergänzen, bzw. erweitern diese. Sie unterscheiden sich danach, inwieweit auf vorherige Anstöße reagiert wird (vgl. Tabelle weiter unten).
3. Informationsmail: Diese Mails leiten neue, relevante Informationen an alle weiter. Dies sind zum einen Neuigkeiten aus dem Verlag, Mitteilungen über Gespräche mit Verlags- oder Verbandsvertretern, oder es betrifft das Vorgehen anderer Verlage in Sachen Urhebervertragsrecht. Informationsmails dienen meist der Strategiebildung.
4. Fragemail. Diese beziehen sich nicht explizit auf das Mastermail. Sie bezogen sich teilweise auf Problematik des Urhebervertragsrechts, zum Teil aber auch auf andere relevante Bereiche des Selbstständigendaseins. Hier wird die Liste genutzt, um von einem fachkompetenten Kreis eine berufsspezifische Problemlage geklärt zu bekommen.
5. Allgemeine Mails: Damit sind Mails gemeint, die sich in keiner Weise auf den Konflikt um das Urhebervertragsrecht beziehen. Meist handelt es sich hierbei um kurze Meldungen, z. B. eine Abwesenheitsnotiz. Diese Mails wurden in der Auswertung nicht berücksichtigt, stellen hinsichtlich der Anzahl auch nur eine Restgröße dar.

Für die respondierenden Mails wurden folgende Unterkategorien entwickelt (vgl. Dittmar 1997, zit. nach Matuschek 2005):

Elaborierend	Umfangreiche Ausarbeitung zur Thematik des Mastermails
Selektiv	Teilweises Aufgreifen/Eingehen auf die Mastermail
Relativierend	Inhalt aufgreifend + modifizierend
Aktivierend	Aufforderung zu gemeinsamem Handeln, gemeinsamem Vorgehen
Reaktiv	Wiederaufgreifen einer bereits gestellten Frage oder Themas
Differenzierend	Ergänzung einer Aussage, z. B. durch eigene Erfahrungen,
Antithese	Widerspruch

Tabelle: Unterkategorien für respondierende Mails

6.5.2.2 Inhaltliche Analyse

Aufbauend auf der formalen Analyse stand bei der inhaltlichen Auswertung der Diskussionsprozess innerhalb der Mailingliste im Zentrum. Wichtige Fragen, un-

ter denen die Liste ausgewertet wurde, waren: Was sind zentrale Diskursstränge und wie ist die Beteiligungsstruktur? Wer hat sich beteiligt? Wie wird argumentiert? Was ist das Ergebnis des Diskussionsprozesses? Wird ein gemeinsames Vorgehen verabredet? Gibt es solidarisierende Effekte („Wir-Gefühl“)?

Zur inhaltlichen Auswertung der Mails wurden Analysekategorien gebildet. Die Auswertungskategorien wurden teilweise einer Studie zu Newsgroups von Thimm/Ehmer (2000) entnommen und hinsichtlich der hier interessierenden Fragestellung angepasst bzw. erweitert. Wesentliche Kategorien waren hierbei:

1. Teilnehmerprofil: Geschlecht, Funktion bzw. Beruf, Anzahl der Postings, initiiierende Mails
2. Partizipationsmuster der Teilnehmer: Häufigkeit der Partizipation, Einbringung von neuen Themen, Vorschläge zum Vorgehen
3. Gruppenidentität: Identifikation mit Gruppenzielen, Gruppenbindung, Verpflichtungsgefühle gegenüber der Gruppe, gruppeninterne Konflikte und deren Bearbeitung, Form der Anrede (Ich- oder Wir-Bezug)
4. Handlungsoptionen: Vorschläge für gemeinsames Vorgehen, Diskussionen hierzu, Umgang mit Handlungsvorschlägen

Diese Kategorien lassen sich sowohl quantitativ wie qualitativ auswerten. Im ersten, quantitativen Durchgang wurden Häufigkeiten der Teilnahme, der Themen usw. ausgewertet, um daraus ein Partizipationsprofil und Inhaltsprofil der Mailingliste zu erstellen. Diese Auswertung war möglich, da die Listenteilnehmer nicht mit nicknames kommunizierten, wie dies meist bei offenen Foren oder bei Chats der Fall ist. Vielmehr waren durch die virtuellen Visitenkarten, die bei nahezu allen Selbstständigen schon aus Gründen der eigenen Vermarktung den Mails angehängt sind, der Beruf bzw. die ausgeübte Tätigkeit ersichtlich.

In einem zweiten Durchgang wurden qualitative Aspekte in den Mittelpunkt gestellt, die sich auf die Handlungsebene, nämlich auf ein gemeinsames Vorgehen richteten. Dazu wurde die Diskussion innerhalb der Liste in relevante Phasen unterteilt und analysiert (vgl. 8.4.2).

6.6 Typenbildung

Ziel der Interviewauswertung war es, eine Typologie zur Internetnutzung zu erstellen, um die Bedeutung netzbasierter Kommunikationsformen bei Solo-Selbstständigen besser verstehen zu können. Bei der Typenbildung handelt es sich

um einen Gruppierungsprozess, bei dem sich die Elemente innerhalb des Typus möglichst ähnlich sind und sich die Typen voneinander möglichst stark unterscheiden (vgl. Kluge 1999b: 26 ff). Die Typenbildung erfolgte über die Nutzung und die Bedeutungsstruktur internetbasierter Kommunikation für die Selbstständigen (vgl. Kapitel 8.3). In der sozialwissenschaftlichen Literatur wird üblicherweise zwischen Realtypen und Idealtypen unterschieden. Während Realtypen die Vielfalt der empirischen Fälle deutlich herausarbeiten ist es bei der Idealtypenbildung das Ziel zu abstrahieren und zuzuspitzen. Nach Weber entstehen Idealtypen durch

„einseitige Steigerung eines oder einiger Gesichtspunkte und durch Zusammenschluß einer Fülle von diffus und diskret, hier mehr, dort weniger, stellenweise gar nicht, vorhandenen Einzelercheinungen, die sich jenen einseitig herausgehobenen Gesichtspunkten fügen, zu einem in sich einheitlichen Gedankengebilde.“ (Weber 1988a: 191)

Weber selbst bezeichnet Idealtypen als *Extremtypen*; man spricht auch von reinen Typen. Im Idealtypus werden bestimmte Aspekte, Dimensionen und Fakten überbetont und bis auf die Spitze getrieben. Bei der Konstruktion der dabei entstehenden künstlichen Typologien spielen empirische Verteilungen per definitionem keine Rolle. Idealtypen sind explizit keine Realtypen, sondern basieren primär auf theoretischen Überlegungen. Weber bezeichnet sie als „theoretische Konstruktionen unter illustrativer Benutzung des Empirischen“.

„Je schärfer und eindeutiger konstruiert die Idealtypen sind: je weltfremder sie also, in diesem Sinne, desto besser leisten sie ihren Dienst, terminologisch und klassifikatorisch sowohl wie heuristisch.“ (Weber 1988b: 561)

Idealtypen zeichnen sich dadurch aus, dass sie bestimmte Aspekte der Wirklichkeit, bestimmte Dimensionen und Einzelaspekte bündeln und in einen nachvollziehbaren Sinnzusammenhang bringen. Er spricht daher analog auch von Utopie, Gedankenbild, theoretischer Konstruktion, Synthese oder idealem Grenz-begriff, der in seiner begrifflichen Reinheit nirgends in der Wirklichkeit empirisch vorfindbar“ ist. Sie sind lediglich ein „begriffliches Hilfsmittel“, „gedankliche Mittel, zum Zweck der geistigen Beherrschung des empirisch Gegebenen“. Sie sind ein Instrument, um analytische Ordnung in die „Mannigfaltigkeit“ der empirischen Erscheinungswelt und in das „Chaos unendlich differenzierter und höchst widerspruchsvoller Gedanken- und Gefühlszusammenhänge aller Art“ (Weber 1988a: 197) zu bringen.

Die Typenbildung nach Weber erfuhr eine Modifikation dahingehend, dass die Typen aus der Empirie und nicht aus der Theorie entwickelt wurden. Vielmehr

wurden die empirischen Typen idealtypisierend um bestimmte individuelle Elemente bereinigt, um so die Typen trennschärfer beschreiben zu können.

7 Selbstständige in der Medienwirtschaft

Im Zentrum des folgenden Kapitels stehen die sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen von Selbstständigen in der Medienwirtschaft. Dazu wird zunächst der Bereich der Medienwirtschaft skizziert und deren ökonomische Lage kurz umrissen (7.1), anschließend die Situation von Selbstständigen innerhalb der Branche beschrieben (7.2). Dies beinhaltet zum einen die Beschreibung der Veränderung von „alter“ zu „neuer“ Selbstständigkeit (7.2.1) sowie die Unterscheidung zwischen den klassischen Freien Berufen und den neuen Selbstständigen (7.2.2). Als Fazit dieses Abschnittes werden Entgrenzungs- und Angleichungsprozesse zwischen Selbstständigen und Beschäftigten dargelegt und in ihren Auswirkungen diskutiert (7.2.3). Dabei wird die These ausgeführt, dass es zwischen Selbstständigen und fest Angestellten in der Medienwirtschaft nicht nur zu Entgrenzungs- sondern auch zu Anpassungstendenzen kommt. Die Unterscheidung zwischen Tätigkeiten, die typischerweise frei ausgeübt werden und diejenigen, die in abhängiger Beschäftigung ausgeübt werden, wird dadurch immer schwieriger. Auf der Seite der Selbstständigen führt dies zu einer zunehmenden Abhängigkeit gegenüber den Auftraggebern. Da es im Bereich der neuen Selbstständigkeit keine Institutionen gibt, welche die Rahmenbedingungen der Berufsausübung regeln (wie dies z. B. Kammern für die Freien Berufe tun), obliegt die Verhandlungsmacht allein den Selbstständigen. Dies lässt den Bedarf an kollektiven Regelungen (insbesondere im Bereich der sozialen Sicherung) deutlich steigen. Der Durchsetzung kollektiver Interessen steht allerdings die stark individualisierte Arbeitssituation der Selbstständigen entgegen. Da für viele Medienschaffende das Internet ihr wichtigstes Produktionsmittel ist, stellt sich die Frage, ob darüber eine virtuelle Vernetzung erreicht werden kann, welche für die Gestaltungsoptionen bzw. den Ausbau der eigenen Marktposition förderlich ist.

7.1 Die Medienwirtschaft zwischen struktureller und konjunktureller Krise

Der Begriff der Medienwirtschaft bezeichnet keine eindeutige und klar abgrenzbare Wirtschaftskategorie und wird in den offiziellen Branchenstatistiken folglich auch nicht gesondert als solche ausgewiesen. Es handelt sich vielmehr um ein branchenübergreifendes Cluster, „das sowohl die technische, gewerblich-industrielle Fertigung der Trägermedien als auch die Herstellung und Verbreitung der Medieninhalte und Mediendienstleistungen umfasst.“ (Biehler/Genosko u. a. 2002: 59) Orientiert man sich an der Einteilung der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes so werden darunter folgende Bereiche subsumiert:

- Druckgewerbe
- Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen

- Film- und Videoherstellung, -verleih, -vertrieb,
- Filmtheater
- Hörfunk- und Fernsehanstalten sowie die Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
- Verlagsgewerbe
- Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
- selbstständige Journalisten
- Werbung
- Fotografisches Gewerbe (vgl. Rehberg/Stöger u. a. 2002: 22 ff.)

Die Medienwirtschaft beinhaltet damit sowohl die technische wie auch die inhaltlich-gestalterische Seite der Medienproduktion. Neue Informations- und Kommunikationstechnologien sind dabei von großer Bedeutung. Sie sind zu einem unverzichtbaren Produktions- und Organisationsmittel geworden, mit dem u. a. die Wertschöpfungsketten reorganisiert werden (vgl. Biehler/Genosko u. a. 2002). Die Medienwirtschaft liefert einen Großteil der Inhalte (Content) u. a. für die „elektronischen Medien“ und sie entwickelt zum Teil selbst Techniken und Technologien der netzbasierten Kommunikation weiter, oder gibt entscheidende Impulse für deren Weiterentwicklung. Ein Beispiel dafür ist die Meldung, dass die Deutsche Telekom in Konkurrenz zu den nationalen Fernsehanstalten um die Fußballrechte mitbietet – nicht nur um sie selbst weiter zu vermarkten, sondern um online im Internet Life-Bilder von der Bundesliga anbieten zu können. Daran lässt sich das Zusammenwachsen der Medienwirtschaft mit der Informations- und Telekommunikationsindustrie beobachten, so dass schon von der TIME-Industrie gesprochen wird (ein Akronym gebildet aus den Worten Telekommunikation, Informationstechnologien, Medienwirtschaft und Entertainment) (vgl. Biehler/Genosko u. a. 2002). Dabei entstehen nicht nur neue kulturelle Ausdrucksformen und Mittel, sondern auch neue Tätigkeiten, die zunächst noch nicht durch institutionelle Berufsbilder und Werthaltungen vorstrukturiert sind.

Grob vereinfacht lässt sich die Medienwirtschaft damit in drei Bereiche gliedern:

- den Druck- und Verlagsbereich (Printmedien)
- die audiovisuellen Medien (Rundfunk- und Fernsehanstalten, Filmwirtschaft)
- die Werbewirtschaft und Informationsdienste (Werbeagenturen, PR, Direktmarketing) (vgl. Experteninterview Nr. 04: 25 - 30)

Ökonomisch betrachtet lebt die gesamte Medienwirtschaft überwiegend von Werbeeinnahmen. Sowohl der kommerzielle Rundfunk und das kommerzielle Fernsehen als auch die gesamte Werbewirtschaft erzielen ihre Erlöse ausschließlich daraus. Auch für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind Einnahmen

aus Werbung und Sponsoring – trotz des allgemeinen Rückgangs der Werbeeinnahmen aus diesem Bereich – von erheblicher Bedeutung. Im Bereich der Printmedien basieren die Erträge in erster Linie auf zwei Säulen: Zum einen auf Werbeeinnahmen aus Anzeigen (z. B. Stellen-, Immobilien- oder Kfz-Anzeigen) zum anderen auf der verkauften Auflage in Form von Abonnements und Einzelverkäufen (vgl. Haipeter 2004: 115). Bei den Zeitungen und Zeitschriften stammen im Durchschnitt ca. zwei Drittel der Erlöse aus Werbeeinnahmen. Daraus folgt, dass lediglich ein Drittel des Erlöses von Zeitungen und Zeitschriften durch den Verkauf der Produkte selbst realisiert wird (vgl. Röper 2002). Damit ist der Großteil der Medienwirtschaft stark von der konjunkturellen Situation der Werbewirtschaft abhängig. Diese erlebte bis Jahresmitte 2001 einen lang anhaltenden wirtschaftlichen Boom. Von 1985 bis zum Jahr 2000 hatten sich die Werbeeinnahmen von gut 3,3 Mrd. Euro auf knapp 6,6 Mrd. Euro fast verdoppelt (vgl. Haipeter 2004: 117). Da die Tageszeitungen mit Abstand größter Werbeträger sind, erwarteten die Verlage, dass der positive Trend bei den Werbeeinnahmen auch in der Zukunft anhalten würde.

„Dies ermutigte die Verlage, ihr Kerngeschäft auszuweiten, eigene Onlinevorhaben zügig umzusetzen, in neue Geschäftsfelder zu investieren und den Personalbestand aufzustocken.“ (Vogel 2002: 433)

Die Ausweitung des Kerngeschäftes ging allerdings auch mit massiven Aufkäufen einher, was auch zu Fehlinvestitionen führte. Es wurden, insbesondere von den großen Zeitungsverlagen, kostenintensive Projekte aufgelegt, was in der Krise aufgrund der hohen Folgekosten zu Problemen führt. Ende des Jahres 2001 kam dann die große Ernüchterung:

„Die positiven Trends des Jahres 2000 kippten 2001 in ihr Gegenteil: Flurbereinigung bei der New Economy, Absturz der Börsenkurse, Einbruch bei Stellenangeboten und Pkw-Anzeigen, Stimmungsabfall nach den Anschlägen des 11. September in den USA sowie ausbleibende Sonderimpulse – alles zusammen führte erstmals seit Jahrzehnten zu einem Rückgang der Werbeausgaben.“ (Keller 2002: 24)

Die Verschlechterung der gesamtwirtschaftlichen Lage führte zu einem dramatischen Einbruch im Anzeigengeschäft: Zeitungen mussten beim Gesamtumsatz aus Anzeigen, Beilagen und Vertrieb im Jahre 2001 im Vergleich zum Vorjahr deutliche Verluste verkraften. Zum ersten Mal seit 50 Jahren waren die Ausgaben für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften rückläufig. Die Krise der New Economy hatte bei den Verlagen massive Auswirkungen, da Telekommunikations- und Internetfirmen deutlich weniger warben.

Dem Rückgang im Anzeigengeschäft begegneten die Verlage mit Personalreduktionen, Leistungskürzungen, Redaktionsschließungen, sowie mit der Einstellung von Zeitungen bzw. Regionalausgaben (vgl. Röper 2002). Zeitschriften, die sich auf Aktienmärkte konzentrierten bzw. Zeitschriften aus der Anlegerpresse wurden teilweise eingestellt, da durch den Einbruch der Aktieneuphorie auch der Bedarf an der Anlegerpresse deutlich zurückging. „Vom Höhenflug in die Krise“ beschrieb der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger die ökonomische Situation kurz nach der Jahrtausendwende, nachdem das Jahr 2000 noch ein Spitzenjahr für die Zeitungsbranche war (vgl. Keller 2002). Nach Auffassung der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di sind die wirtschaftlichen Probleme in den Verlagshäusern teilweise selbst verschuldet:

„Die unbestritten hohen Verluste im Anzeigengeschäft sind nicht der einzige Krisenfaktor. Ein Großteil der heutigen Schwierigkeiten ist auf eine zum Teil waghalsige Investitionspolitik zu Zeiten des Anzeigenbooms zurückzuführen. Dazu zählt im technischen Bereich, vor allem im Druck und in der Weiterverarbeitung, der teilweise unverantwortliche Aufbau von Überkapazitäten, die nun zu erheblichen Kostenproblemen bei Zeitungsverlagen führen.“ (ver.di 2002)

Neben der konjunkturellen Krise die zum Einbruch im Bereich der Werbewirtschaft führte, sprechen auch Anzeichen dafür, dass sich die Krise zu einer strukturellen ausweiten kann. Insbesondere die wachsende Bedeutung des Internet führt zu einer Verlagerung der Werbeeinnahmen vom Printbereich zu Onlinewerbung (vgl. Röper 2002: 480). Aus Sicht der Werbewirtschaft wird die klassische Werbung, d. h. Anzeigen in den Printmedien sowie Werbespots im Fernsehen immer ineffektiver, da neue technologische Entwicklungen (z. B. Fernsehgeräte mit Festplatte) werbefreie Aufzeichnungen und zeitversetztes Abspielen von Sendungen erlauben und damit die klassische Form der Werbung entwerfen.

Angesichts neuer Verwertungsmöglichkeiten im Internet sehen sich Verlage gezwungen, ihre Zeitung auch als Onlineversion anzubieten, um auf dem Markt bestehen zu können. Allerdings sind vergütungspflichtige Onlineangebote bislang nur in einem beschränkten Segment von Produkten für professionelle Nutzer durchsetzbar. Die Verlage sind folglich mit dem Problem konfrontiert, dass sie zum einen Onlineausgaben anbieten müssen, zum anderen jedoch kaum Erlöse daraus erzielen. Die Prognose der Internet-Euphoriker, die in den Onlineausgaben zusätzliche neue Einkommensquellen für die Verlage sahen, trat nicht ein. Bislang ist es noch nicht gelungen, über das Internet Geschäftsmodelle zu entwickeln, die sich eigenständig rechnen. Skeptiker weisen vielmehr darauf hin, dass die Kunden den Online-Auftritt der Zeitungen als einen Service betrachten und nicht gewillt

sind, dafür etwas zu bezahlen. Lediglich bei speziellen Angeboten, z. B. für Recherche im Zeitungsarchiv lassen sich Nutzungsentgelte erzielen.

„Nach teils schon jahrelanger Gewöhnung an kostenlose Nutzung fällt es den meisten Nutzern erkennbar schwer, sich von der Gratismentalität im Internet zu verabschieden. Entsprechend begrenzt ist auch die Bereitschaft, für viele der gewünschten Angebote etwas zu bezahlen.“ (Schulz 2002: 162)

Die Verlage sehen sich damit dem Problem gegenüber, dass sie einerseits gezwungen sind ihre Onlineausgaben gratis zugänglich zu machen, andererseits aber gegenüber den Autoren nach den Urhebervertragsrecht für die eingestellten Artikel honorarpflichtig sind.⁴⁷ Die Honorierung bei Mehrfachverwertung wurde im neuen Urhebervertragsrecht bestärkt (zum Urhebervertragsrecht s. 8.4.2).

7.2 Selbstständige in der Medienwirtschaft

In der bundesdeutschen Medienwirtschaft sind nach den Daten des Mikrozensus 2000 mehr als 170.000 Solo-Selbstständige (Selbstständige ohne Beschäftigte) tätig. Jeder Sechste in diesem Wirtschaftszweig ist Solo-Selbstständiger. Der Anteil von Selbstständigen in der Medienwirtschaft ist deutlich höher als die Durchschnittsquote der Selbstständigen in der Gesamtwirtschaft (vgl. Rehberg/Stöger 2004,). Mit einem Selbstständigenanteil von fast 40 % (rund 38.000) im Jahr 2002 liegen die Journalisten mit an der Spitze (vgl. Nies/Pedersini 2003). Die Zahl der selbstständigen Journalisten hat sich im Laufe des letzten Jahrzehnts nahezu verdoppelt, während die Gesamtzahl der Journalisten im gleichen Zeitraum nur um 12 % anstieg (vgl. ebenda).

Doch nicht nur bei den Journalisten nimmt die Anzahl von Selbstständigen kontinuierlich zu. Für den Boom der Selbstständigen im Medien- und IT-Bereich in den 90er Jahren waren in erster Linie die wirtschaftliche Anziehungskraft der rasch wachsenden neuen Märkte verantwortlich, die sowohl eine hohe berufliche Autonomie sowie ein überdurchschnittliches Einkommen versprachen (vgl. Pröll 2005: 12). Dies hat sich seit der Jahrtausendwende gravierend verändert. Der Beschäftigungsabbau in allen Wirtschaftsbereichen führt zum Teil auch zu einer Zunahme der Selbstständigkeit, da diese aufgrund der schlechten Arbeitsmarktlage als Alternative gesehen wird. Das Wachstum im Bereich der Selbstständigkeit ist folglich

⁴⁷ Honorar nach dem Urhebervertragsrecht müssen die Verlage den freien Mitarbeitern bezahlen; die fest angestellten Redakteure erhalten neben ihrem Gehalt keine gesonderten Honorare nach dem Urhebervertragsrecht.

„nicht ein Ergebnis volkswirtschaftlicher Prosperität, sondern gegenteilig ein Ausdruck fehlender Prosperität, ein Symptom einer defizitären Arbeitsmarktentwicklung.“ (Mosberger/Steiner 2002: 92)

Die wirtschaftssektorale Entwicklung in der Medienwirtschaft liefert auch indirekte Hinweise dafür, dass ein Teil der Ursachen für den Zuwachs im Bereich der Solo-Selbstständigen auch in betrieblichen Flexibilisierungsmaßnahmen und Externalisierung zu suchen ist (vgl. Leicht 2003). Die negative Arbeitsmarktentwicklung wird durch Unternehmensumstrukturierungen und Outsourcingprozesse weiter verschärft, indem Beschäftigung abgebaut und die Tätigkeiten an Selbstständige vergeben werden.

„(...) das Wachstum der ‚Kleinen‘ resultiert vor allem aus sektoralen Struktureffekten und wenigstens teilweise aus den Restrukturierungs- und Dezentralisierungsstrategien der größeren Unternehmen.“ (Bögenhold/Leicht 2000: 779)

Dies lässt sich im Bereich der privaten Fernsehanstalten besonders deutlich machen: RTL als der größte deutsche Privatsender beschäftigt ca. 900 fest Angestellte und verfügt über einen Stamm von rund 4000 freien Mitarbeitern. Bei SAT stehen 650 Angestellten 3500 Freie gegenüber (vgl. Gesterkamp 2003: 193). Privates Fernsehen wird damit in erster Linie von Selbstständigen gemacht.

„Die TV-Konzerne sind personell extrem ausgedünnte Betriebe, die sich auf Koordinierungs- und Steuerungsaufgaben beschränken. Sie bilden nur noch den zentralen Knoten innerhalb eines Netzwerkes, in dem Auftraggeber und Auftragnehmer im Rahmen von zeitlich begrenzten Projekten kooperieren.“ (Gesterkamp 2003: 193)

Bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten sieht es nur wenig anders aus. Nach den Zahlen der KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten) macht der Personalaufwand für freie Mitarbeiter etwa ein Drittel des Personalaufwands für fest Angestellte aus (KEF 2003: Tz. 105).⁴⁸ Berücksichtigt man, dass freie Mitarbeiter fast nur in Produktions- und Redaktionsbereichen beschäftigt sind, kann man davon ausgehen, dass in diesen Bereichen nahezu so viel Geld für die Beschäftigung von Festen wie für die Beschäftigung von Freien ausgegeben wird. Da Freie Mitarbeiter nur in Ausnahmefällen in Vollzeit beschäftigt werden, kann man aus diesen Zahlen schlussfolgern, dass zu den etwa

48 In diesen Zahlen nicht eingeschlossen sind die Zahlungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten an Fremd- und Produktionsfirmen, die ihrerseits wieder überwiegend mit Selbstständigen arbeiten.

20.000 fest Angestellten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nochmals etwa ebenso viel Freie kommen (Experteninterview Nr. 06).

Selbstständige im Bereich der Medienwirtschaft sind oft als Solo-Selbstständige tätig, ihre Anzahl nimmt auch überproportional zu (vgl. Leicht/Philipp 2005). Solo-Selbstständige werden oft auch als Alleindienstleister (Gottschall/Schnell 2000), als Ein-Personen-Unternehmen (Wenny 1999) oder als Selbstbeschäftigte (Leicht/Philipp 2005) bezeichnet. Alle diese unterschiedlichen Begrifflichkeiten meinen jedoch das eine, nämlich, dass die Selbstständigen ohne eigene Mitarbeiter tätig sind. Sigrid Betzelt und Karin Gottschall beschreiben den „typischen“ Alleindienstleister in der Kulturindustrie folgendermaßen:

„Sie sind hoch motiviert, haben mindestens ein Hochschulstudium absolviert und suchen sich ihre Arbeit und ihre Auftraggeber selbst. Als kreative „Wissensarbeiter“ sind sie ihre eigenen Chefs, arbeiten wann und wo sie wollen – und verdienen oft so wenig, dass sie zeitweise auf private Unterstützung angewiesen sind.“ (Betzelt/Gottschall 2005: 1)

Solo-Selbstständige bewegen sich als hoch qualifizierte Alleindienstleister zwischen prekären Bedingungen einerseits und einer privilegierten Arbeits- und Lebenssituation andererseits. Für einen Teil dieser Selbstständigen wird deshalb angenommen, dass sie im Graubereich zwischen selbstständiger und abhängiger Arbeit anzusiedeln sind (vgl. Dietrich 1998). Dies bezieht sich insbesondere auf die Problematik der Scheinselbstständigkeit. Darüber hinaus beinhaltet dieser Graubereich auch eine nicht zu unterschätzende Anzahl der Selbstständigen, die lediglich im Nebenerwerb tätig sind. Nach Pröll (2005) übt unter den Solo-Selbstständigen jeder Fünfte eine zusätzliche Erwerbstätigkeit aus. Damit befindet sich ein erheblicher Anteil der Solo-Selbstständigen hinsichtlich des beruflichen Status oder des Tätigkeitsinhaltes in unterschiedlichen Erwerbssituationen: Ein Teil lebt ausschließlich von der Selbstständigkeit, als „richtiger Selbstständiger oder Scheinselbstständiger, ein weiterer ist abhängig beschäftigt und nur zum im Nebenerwerb als Selbstständiger tätig (z. B. Lehrer, die neben ihrem Beruf als freiberufliche Journalisten tätig sind).

7.2.1 Von „alter“ zu „neuer“ Selbstständigkeit

Selbstständige sind in der Medienwirtschaft keine neue Erscheinung: Seit je sind Autoren, Schauspieler, Regisseure ebenso wie Journalisten und Fotografen auch als Selbstständige tätig.⁴⁹ Schriftsteller waren häufig gleichzeitig als Korrespondenten tätig, die ihre Geschichten und (Reise-)Berichte regelmäßig oder gelegentlich Presseorganen anboten. Dies taten sie zum Teil exklusiv für einen, oft auch

49 Aus diesem Grund werden sie auch zu den klassischen Freien Berufen gezählt.

für mehrere Auftraggeber. Sie trugen damit zur Schaffung eines journalistischen Berufsbildes, des freien und unabhängigen Berichterstatters bei. Ein Netz von fest angestellten Korrespondenten für ein einziges Presseorgan entsprach in der Regel nicht der Nachfrage oder dem Bedarf einer Zeitung. Dies schuf sowohl den Platz wie auch die Nachfrage nach freien Korrespondenten. Ähnlich arbeiteten und arbeiten Zeitungen im lokalen Bereich mit – oft nebenberuflichen – Mitarbeitern.

Kennzeichnend für diese Form der selbstständigen Tätigkeit war

- entweder eine „künstlerische“ Existenz, die für den Lebensunterhalt oft auf andere Einnahmen abstellte oder eine sehr bescheidene Existenz führte, bei der das künstlerische Werk im Vordergrund stand;
- oder eine „exklusive“ Stellung, die aus besonderen Fähigkeiten, Kenntnissen oder Beziehungen resultierte und die ein gutes Einkommen aus freier Tätigkeit ermöglichte;
- oder die Ausübung der freien Tätigkeit neben einer fest angestellten Tätigkeit (vgl. Nies 2002).

In allen diesen Formen stellte sich die Frage der sozialen und wirtschaftlichen Absicherung der Selbstständigkeit anders dar, als dies heute der Fall ist. Wie heute, so gab es auch damals Fälle völlig unzureichender Absicherung. Die selbstständige Tätigkeit war jedoch entweder Nebenerwerb, oder beruhte auf einer akzeptierten, mit einem Arbeitsverhältnis nicht vergleichbaren Sonderstellung als Künstler, oder die selbstständige Tätigkeit wurde aus einer relativ privilegierten Stellung eines Spezialisten oder Fachmanns heraus betrieben.

Dies hat sich mit der stärkeren Verbreitung des Rundfunks – und damit verbunden der Fernseh- und Filmindustrie – ab Mitte der 50er Jahre bereits tendenziell verändert. Insbesondere der Rundfunk band in journalistischen, künstlerischen aber auch (produktions-)technischen Tätigkeiten in größerem Umfang auch freie Mitarbeiter an sich. Ein Grund dafür war die ständig steigende Nachfrage nach Themen und Beiträgen, die mit fest angestellten Beschäftigten nicht mehr befriedigt werden konnte. Die Rundfunkanstalten reklamierten zusätzlich ein Bedürfnis nach Abwechslung des Programms, das es nicht erlaube, alles mit fest Angestellten abzudecken. Dadurch entwickelte sich eine neue Arbeitsteilung: Angestellte verantworteten das Programm, sie entschieden über zu vergebende Aufträge, überarbeiteten sie gegebenenfalls und machten sie sendefertig. Freie Mitarbeiter wurden für die Produktion der Beiträge eingesetzt, da der wachsende Bedarf nach aktuellen Bildern nicht mehr mit dem eigenen Personal sicherzustellen war.

Die Film- und Fernsehproduktion war und ist überwiegend mit freien Mitarbeitern organisiert: Der Produzent oder der Regisseur stellt sein Team für einen Film zusammen, danach löst sich diese produktionsbezogene Organisation wieder auf,

bzw. schrumpft auf ein Rumpfteam zusammen, das die nächsten Produktionen vorbereitet. Hier entstand eine besondere Form von Selbstständigen: Die in der Produktion Beschäftigten sind für die Produktionsdauer überwiegend als Angestellte tätig. Der Produzent stellt das benötigte technische und künstlerische Personal für die Produktionsdauer als Arbeitnehmer an. Diese stellen ihre Arbeitskraft für die Vertragszeit der Produktion uneingeschränkt und ausschließlich zur Verfügung. Obwohl juristisch abhängig beschäftigt, betrachten sie sich dennoch als Selbstständige. Sie vermarkten sich selbst, sie nehmen Aufträge an oder lehnen sie ab und sie stehen tageweise oder wenige Wochen in einem festen Arbeitsverhältnis bei wechselnden Auftraggebern. Die befristete Zusammenarbeit in diesen Projektnetzwerken führt zu einer veränderten Form von Arbeit und Personalmanagement als dies in „Normalunternehmen“ der Fall ist. Die nachfolgende Tabelle hebt die wichtigsten Unterschiede hervor.

Arbeit und Personal in der „Normalunternehmung“	Arbeit und Personal in Projektnetzwerken
„Normalarbeitsverhältnis“	„Grenzenlose“ Karrieren in befristeten Arbeitsverhältnissen und/oder selbstständiger Tätigkeit
Tarifvertragliche und betriebliche Regulation von Arbeit	Vor allem projektnetzwerkförmige Regulation von Arbeit
Interner Arbeitsmarkt	Segmentierte Pools
Kooperative Konfliktverarbeitung	Individuelle Verhandlungen
Großbetrieb	Klein- und Kleinstbetriebe, Unternehmer
Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung	Arbeitskraftplanung als Teil der Projektplanung
Personalbeschaffung an den „ports of entry“ durch Personalabteilung	Arbeitskräftewirtschaft im Projektnetzwerk
Personaleinsatz in Unternehmungen	Arbeitseinsatz in Netzwerken
Personalentwicklung durch Aus- und Weiterbildung	Arbeitskräfte- und Poolentwicklung durch projekt-, produkt- und funktions-spezifische Karrieren
Personalfreistellung durch Kündigung oder Verrentung	Arbeitskraftfreisetzung durch Ablauf befristeter Zusammenarbeit und/oder Ausschluss aus dem Pool

Tabelle: (vgl. Sydow u. a. 2002: 5)

Nicht untypisch bei diesem Personenkreis ist auch, dass auf Auftragsverhältnisse, die als Arbeitsverhältnis zu bewerten sind, andere folgen, die eindeutig ‚frei‘ sind. Zeiten abhängiger Beschäftigung und Zeiten selbstständiger Tätigkeit wechseln sich – bei gleicher Tätigkeit – ab. Die Tarifverträge des öffentlich-rechtlichen

Rundfunks spiegeln diesen Dualismus bzw. das Nebeneinander zwischen abhängiger Beschäftigung und Selbstständigkeit wider: Für diese „Selbstständig-Beschäftigten“ gelten für die Zeit ihres Engagements die Tarifverträge für Produktionsdauer-Beschäftigte, die Vergütung, Arbeitszeit, Urlaub etc. regeln. Gleichzeitig fallen sie jedoch – für Ansprüche die über die Einzelbeschäftigung hinausgehen – unter die Tarifverträge für Freie.

Die Zunahme freier Beschäftigung beim Rundfunk führte im Übrigen in den 60er Jahren zu einer Änderung des Tarifvertragsgesetzes: Die Möglichkeit Tarifverträge abzuschließen, die es rechtlich bis dahin ausschließlich für Arbeitnehmer gab, wurde auf so genannte arbeitnehmerähnliche Personen ausgeweitet.⁵⁰ In der Folge häuften sich die Abgrenzungsprobleme zwischen Arbeitsverhältnis und Selbstständigkeit: Es gibt buchstäblich hunderte bundesgerichtlicher Entscheidungen zu der Frage, ob jemand abhängig Beschäftigter oder Selbstständiger ist. Dies führte zwar zur Entscheidung von Einzelfällen, brachte aber keine generelle Klarheit bezüglich der Abgrenzung zwischen fest Angestellten und Selbstständigen. Das IAB (Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung) kam in seiner Studie zu den Graubereichen zwischen selbstständigen und abhängigen Beschäftigungsformen zu folgendem Ergebnis: nach traditionellen Abgrenzungskriterien des Bundesarbeitsgerichtes können lediglich 48 % als Selbstständige und 20 % als Arbeitnehmer eindeutig zugeordnet werden. Bei weiteren 30 % war eine eindeutige Zuordnung zu der einen oder anderen Gruppe nicht möglich (vgl. Dietrich 1998).

Die in den 60er und 70er Jahren von der damals zuständigen Gewerkschaft RFFU⁵¹ forcierten Festanstellungsklagen führten nicht – wie erhofft – zu einer Erhöhung der Anstellungen und einem Zurückdrängen der Tätigkeit von Freien auf die klassischen Formen der freien Korrespondenten, Autoren, Künstler. Folge davon war vielmehr, dass die Rundfunkanstalten besondere Strategien zum Schutz vor dem Risiko der Festanstellungsklagen entwickelten, die mit jeder Fortentwicklung der Rechtsprechung immer ausgefeilter wurden. Diese Strategien zielten und zielen nicht auf eine klare Aufgabenteilung und Unterscheidbarkeit von fester und freier Tätigkeit. Sie zielen vielmehr darauf, ein Einklagen in ein festes Arbeitsverhältnis unattraktiv zu machen.

Eine Methode hierzu ist die Zwangspause, die von einigen Rundfunkanstalten institutionalisiert wurde. Diese hat zum Inhalt, dass nach einem auf fünf oder

50 d.h. auf Selbstständige, die mindestens ein Drittel (bei künstlerischer oder journalistischer Tätigkeit) bzw. die Hälfte (bei sonstigen Tätigkeiten) ihres Einkommens bei einem Auftraggeber erzielten.

51 RFFU = Rundfunk Fernseh Film-Union, ab 1989 in der IG Medien, jetzt Teil von ver.di.

sechs Jahre befristeten Rahmenvertrag zur Beschäftigung als Freie für einen anschließenden Zeitraum von mindestens sechs Monaten keine Aufträge mehr erteilt werden, um Festanstellungsklagen zu umgehen. Selbstständige mit einem Rahmenvertrag arbeiten jedoch häufig nur für einen großen Auftraggeber, so dass z.T. erhebliche Unsicherheiten entstehen, wie Zwangspausen überbrückt werden können. Darüber hinaus besteht natürlich auch kein Anspruch darauf, nach der Zwangspause wieder beschäftigt zu werden. Eine weitere Methode ist die so genannte Limitierung: Damit ist die Beschränkung der Beschäftigung auf eine bestimmte Zahl von Tagen im Jahr gemeint. Diese Limitierungen sollten im Falle einer erfolgreichen Festanstellungsklage nur ein unattraktives Teilzeitarbeitsverhältnis entstehen lassen.

7.2.2 Freie Berufe und neue Selbstständigkeit

Die neuen Selbstständigen in der Medienwirtschaft unterscheiden sich markant vom Leitbild der Freien Berufe, die als die klassischen Selbstständigen gelten. Der Bundesverband Freier Berufe definiert die Freien Berufe folgendermaßen:

„Angehörige freier Berufe erbringen auf Grund besonderer beruflicher Qualifikation persönlich, eigenverantwortlich und fachlich unabhängig geistig-ideelle Leistungen im gemeinsamen Interesse ihrer Auftraggeber und der Allgemeinheit. Ihre Berufsausübung unterliegt in der Regel spezifischen berufsrechtlichen Bindungen nach Maßgabe der staatlichen Gesetzgebung oder des von der jeweiligen Berufsvertretung autonom gesetzten Rechts, welches die Professionalität, Qualität und das zum Auftraggeber bestehende Vertrauensverhältnis gewährleistet und fortentwickelt.“
(vgl. www.freie-berufe.de)

Zu den Freien Berufen zählen nach dem Einkommenssteuergesetz vier Gruppen:

- Heilkundler (Ärzte, Apotheker),
- Rechts- wirtschafts- und steuerberatende Freiberufler (Rechtsanwälte, Steuerberater),
- Techniker (Architekten, Ingenieure) und
- Kulturberufe (Journalisten, Künstler)⁵² (vgl. § 18 Abs.1 Nr.1 Einkommenssteuergesetz).

52 Journalisten und Künstler waren – wie oben bereits ausgeführt – immer auch als Selbstständige tätig. Die geschilderte Entwicklung der Medienwirtschaft und die Ausweitung der Selbstständigkeit bei journalistischen und künstlerischen Berufen macht sie gleichzeitig zu Protagonisten der neuen Selbstständigkeit.

Bei den Freien Berufen handelt es sich (außer bei den Kulturberufen) um definierte Tätigkeiten mit strengen Zugangsvoraussetzungen (Arzt, Anwalt, Architekt etc.) und eigenen berufsständischen Regelungen zur sozialen Absicherung.⁵³ Die Zugangsregelungen dienen auch zum Schutz vor übermäßiger Konkurrenz. Der Zugang ist durch qualifikatorische und formale Zugangsvoraussetzungen geregelt, Berufsverbände und Kammern schützen vor berufsfremder Konkurrenz und Billiganbietern. Diese institutionalisierten Rahmenbedingungen gewährleisten in der Regel ein hohes Einkommen, das auch eine Vorsorge für soziale und individuelle Risiken ermöglicht (vgl. Gottschall/Betzelt 2001).

Die Vertreter Freier Berufe treten typischerweise als Anbieter von Leistungen auf dem Markt auf und besitzen gegenüber dem einzelnen Kunden eine relativ starke Stellung. Durch die klare Abgrenzung konkurrieren Freie Berufe nicht mit Arbeitnehmern um dieselbe Tätigkeit. Dies ist bei den neuen Selbstständigen vielfach nicht der Fall. Viele Tätigkeiten, die von Selbstständigen erbracht werden, können auch von fest Angestellten übernommen werden und vice versa.⁵⁴ Die Märkte zwischen den neuen Selbstständigen und den Freien Berufen unterscheiden sich ebenfalls gravierend. Bei den Freien Berufen handelt es sich um einen Anbietermarkt, d.h. einem relativ großen Angebot von Nachfragern steht eine verhältnismäßig kleine Zahl von Vertretern der Freien Berufe gegenüber. Bei den neuen Selbstständigen hingegen handelt es sich hingegen um einen Nachfragemarkt, bei dem diese ihre Auftraggeber selbst suchen müssen. Die Anzahl der Auftraggeber (Verlage, Theater, Rundfunkanstalten usw.) ist hier relativ gering, während die Zahl der Selbstständigen ständig zunimmt. Von daher ist der neue Selbstständige eher mit dem Arbeitnehmer als dem klassischen Selbstständigen vergleichbar.

„Die Alleindienstleister arbeiten vielmehr häufig in so genannten offenen Berufen ohne geschützte, zertifizierte Bezeichnungen und standardisierte Ausbildungswege, die mit anderen Berufsgruppen um dieselben Märkte konkurrieren. Bestehende berufliche Interessenvertretungen von Alleindienstleistern beruhen auf freiwilliger Mitgliedschaft und sind nicht ver-

53 Die Zugangsbeschränkungen im Bereich der Freien Berufe werden allerdings zunehmend aufgeweicht. Dies führt allerdings nicht dazu – wie Verfechter der neoliberalen Theorie prognostizierten – zu einem verstärkten Wettbewerb, sondern begünstigte z. B. die Entstehung großer Anwaltskanzleien. Diese haben den Druck auf die klassischen Freien Anwälte deutlich verschärft. Damit wirkt diese Liberalisierung entgegen der intendierten Absicht nach Förderung der Selbstständigkeit.

54 Dies erhöht im Übrigen den Anpassungsdruck auf beide Bereiche. So ist die Austauschbarkeit von Selbstständigen und fest Angestellten auch Drohpotential bei Tarifverhandlungen um Forderungen von Seiten der Beschäftigten abzuwehren.

kammert; sie verfügen damit nur über geringe Regulationsmacht, die höchstens unverbindliche Rahmenrichtlinien über Preis-Leistungsverhältnisse setzen kann.“ (Betzelt 2004: 15)

Es wurde bereits angeführt, dass Kulturberufe wie der Journalist oder der Künstler in der Medienwirtschaft traditionell als selbstständige Tätigkeit ausgeübt wurden, weswegen sie auch zu den Freien Berufen gezählt wurden. Mittlerweile gehören Journalisten wie auch Künstler sowohl zu den traditionell Freien Berufen als auch zu den neuen Selbstständigen. Dies mag als Widerspruch erscheinen, erklärt sich jedoch durch die Veränderung innerhalb des Berufsbildes, die es gerechtfertigt erscheinen lässt, Kulturberufe auch der neuen Selbstständigkeit zuzurechnen. Die neue Selbstständigkeit unterscheidet sich von den Freien Berufen gerade dadurch, dass sie nicht auf bestimmte Berufe begrenzt ist, sondern eine Organisationsform der Arbeit darstellt. Neue Selbstständigkeit ist oftmals nicht Ergebnis eigener Berufswahl, sondern kann auch Folge einer Organisationsentscheidung des Auftraggebers sein. Dadurch konkurrieren die Selbstständigen unmittelbar mit Arbeit im traditionellen Arbeitsverhältnis, da dieselbe Tätigkeit sowohl innerhalb und außerhalb eines Arbeitsverhältnisses erbracht werden kann. Neue Selbstständigkeit ist größtenteils regellos, was bedeutet, dass sie nur den Regeln des freien Markts und den entsprechenden Bestimmungen des BGB folgt.⁵⁵

„Typisch für den neuen Selbstständigen ist, dass er als einzelner Selbstständiger Arbeiten übernimmt und für andere Unternehmen ausführt, welche diese früher traditionell selbst erledigt hatten oder erledigt hätten, soweit es sich um neue Tätigkeiten handelt. Der neue Selbstständige arbeitet meist von seiner Wohnung aus, hat dort einen Raum, vielleicht sogar im Keller oder auch nur einen Schreibtisch, aber er hat Telefon, Fax und Computer, mit dem er über die Telefonleitung mit der Außenwelt verbunden ist.“ (Fischer 1995: 121)

Die Stellung gegenüber dem Auftraggeber unterscheidet sich von den Freien Berufen ebenfalls deutlich. Die neuen Selbstständigen geraten zunehmend in eine Abhängigkeit gegenüber ihren Auftraggebern, da zum einen die Anzahl der Selbstständigen und damit auch die Konkurrenz untereinander zunimmt, zum anderen im Bereich der neuen Selbstständigkeit keine institutionellen Regelungen zur Ausübung der Selbstständigkeit existieren. Die Freien Berufe verfügen über Gebührenordnungen bzw. feste Honorarsätze, während bei den neuen Selbstständigen der Aushandlungsprozess über die Leistungserbringung voll individualisiert ist. Honorare sind zwar teilweise in Form von Honorarleitfäden oder jährlich ak-

55 Eine Ausnahme ist die Künstlersozialversicherung, die zumindest für bestimmte Bereiche eine Sozialversicherung bietet.

tualisierten Handbüchern gegeben, letztlich hängt es aber oft vom individuellen Verhandlungsgeschick und den Rücklagen ab, welcher Preis erzielt werden kann (vgl. Vanselow 2004.). Damit nehmen die Solo-Selbstständigen

„eine intermediäre Position zwischen den privilegierten klassischen Professionen einerseits und abhängig beschäftigten ‚verberuflichten‘ Arbeitnehmern andererseits ein.“ (Betzelt 2004: 15)

Die nachfolgende Tabelle soll die Unterschiede zwischen den Freien Berufen und neuer Selbstständigkeit noch einmal – in idealtypisierender Form - zusammenfassend verdeutlichen:⁵⁶

Freie Berufe	Neue Selbstständige
Beispiel: Autor, Rechtsanwalt, Architekt,	Beispiel: freie Journalisten, freie Programmierer, freie Grafiker etc
Definierter Beruf, der typischerweise ,frei‘ ausgeübt wird	Organisationsform der Arbeit, offen für (fast) jeden Beruf
Eigener Betrieb mit eigenen Produktionsmitteln	Kein eigener Betrieb, Arbeit häufig im Betrieb des Auftraggebers oder zu Hause
Regeln für Berufsausübung, die Konkurrenz einschränken (Kammerwesen)	Bedingungen der Berufsausübung nicht reguliert
Zugangsbegrenzungen und Konkurrenzschutz durch Kammern	Keine Zugangsvoraussetzungen und -schränken
Spezielle soziale Sicherungssysteme	Soziale Sicherungssysteme greifen nicht (Ausnahme: Künstler und Journalisten – KSVG)
Autonome Erbringung einer (eigenständigen) Leistung	Verwertung des Arbeitsergebnisses im Rahmen der Arbeitsorganisation des jeweiligen Auftraggebers
i.d.R. wechselnde Mandanten oder Kunden	i.d.R. wenige, oft langjährige Auftraggeber

Tabelle: Eigene Darstellung

56 Tatsächlich unterliegen auch die Bedingungen der Freien Berufe in den letzten Jahren einem zunehmendem Veränderungsdruck – teilweise gehen sie den Weg der Unternehmensbildung (wie in den großen, übernationalen Anwaltsfirmen), teilweise gleichen sich die Bedingungen an die der neuen Selbstständigen an oder vermischen sich (so wenn in Büros oder Firmen freier Berufe andere Freiberufler als Selbstständige beschäftigt werden). Damit werden auch hier die überkommenen Strukturen (Kammern) und Sicherungsformen (Altersversorgungskassen und Gebührenordnungen) in ihrer Funktion eingeschränkt oder in Frage gestellt. Die Tabelle sieht davon weitgehend ab und akzentuiert die Unterschiede, um das Besondere und Neue der Entwicklung deutlicher zu machen

7.2.3 *Fazit: Entgrenzungs- und Angleichungsprozesse*

Die Selbstständigkeit in der Medienwirtschaft hat, wie eben ausgeführt, einen deutlichen Wandel erfahren. In der Vergangenheit war die Arbeit von Selbstständigen typischerweise nicht mit der von Angestellten austauschbar. Es gab eine relativ klare Abgrenzung, welche Tätigkeiten von Angestellten, welche von Selbstständigen erledigt wurde. Dies hat sich grundlegend verändert. Viele Tätigkeiten werden nunmehr sowohl von Selbstständigen als auch von Angestellten erbracht. Um es am Beispiel der selbstständigen Grafiker zu verdeutlichen: Sie sind mit ihrem Auftraggeber über einen Server vernetzt und damit in den Produktionsprozess völlig integriert. Das ermöglicht es Auftraggeber und Auftragnehmer gleichermaßen, direkt auf den Server zuzugreifen und dort Daten abzulegen bzw. herunterzuziehen. Der Auftraggeber behält damit, trotz Outsourcing die Kontrolle über den Produktionsprozess. Die Grenze des Betriebes wird damit uneindeutig, der Einsatz von Selbstständigen zu einer Frage der Arbeitsorganisation und Alternative zur Arbeit von fest Beschäftigten. Damit verschwimmen die ehemals harten Grenzen zwischen selbstständiger und abhängiger Arbeit. Die Selbstständigkeit wird zur Variante einer Arbeitsorganisation des Auftraggebers, in der der Selbstständige seine Marktstellung als Anbieter einer besonderen Leistung bzw. eines besonderen Produktes verliert.⁵⁷

„Viele Unternehmer sind heute nur noch zum Schein selbstständig; sie sind fest in betriebliche Abläufe integriert und haben ihre Selbstständigkeit verloren.“ (Dietrich 1998: 252)

Voraussetzung für den erweiterten Einsatz von Selbstständigen ist die Entkoppelung von Arbeitsort und Arbeitsleistung (genauer: die Entkoppelung des Orts der Leistungserbringung vom Ort, an dem das Arbeitsergebnis, der Leistungserfolg eintritt bzw. genutzt wird) durch rechnergesteuerte Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsprozesse. Netzwerktechnologien ermöglichen das Zusammenführen von Arbeitsergebnissen unterschiedlicher Beteiligter, ohne dass deren Anwesenheit und Zusammenarbeit oder eine dauerhafte Organisationsstruktur nötig ist. Diese projektförmigen Formen der Arbeitsorganisation lässt die Attraktivität selbstständiger Arbeit für den Auftraggeber aus folgenden Gründen steigen:

⁵⁷ Die Möglichkeit Selbstständige zu beschäftigen ist Folge erweiterter Möglichkeiten der Arbeitsorganisation. Es wäre also verfehlt, die Beschäftigung von Selbstständigen nur unter dem Aspekt der Umgehung arbeits- und sozialrechtlicher Bindungen zu betrachten. Vielmehr kann die Beschäftigung von Selbstständigen in vielen Fällen eine durchaus adäquate Form sein. Die Debatte um die Scheinselbstständigkeit greift deshalb in vielen Fällen zu kurz, weil die Abgrenzung zwischen Fest und Frei gar nicht mehr so einfach ist.

- Ohne die Kontrolle über den Gesamtprozess zu verlieren, ist die Einbindung von freien Experten in Projekten oder in bestimmten Arbeitsprozessen kontinuierlich möglich.
- Selbstständige werden (in der Regel) nach dem Arbeitsergebnis bezahlt, damit passt sich ihr Einsatz wechselnder Auftragslage an.
- Beschäftigungsrisiken werden ausgelagert, persönliche Risiken (Krankheit etc.) gehen zu Lasten des Selbstständigen.
- Expertenwissen wird zielgenau eingekauft, was das Risiko von Fehlinvestitionen verringert.
- Qualifizierungskosten werden ausgelagert, d. h. privatisiert.
- Selbstständige sind flexibel – wenn der Arbeitsanfall es erfordert, wird auf Arbeitszeitbegrenzungen keinerlei Rücksicht genommen (vgl. Nies 2000).

Das Modell selbstständiger Arbeit hat sich (nicht nur) in der Medienwirtschaft in den letzten zwei Jahrzehnten ausgeweitet und dabei seinen Charakter verändert: Eingebunden in eine Netzwerkökonomie überbetrieblicher Kooperationen verlieren die Grenzlinien zwischen abhängiger und selbstständiger Arbeit zunehmend an Schärfe.

„In Zeiten moderner und günstiger Kommunikations- und Informationstechnologien ist es vielen Selbstständigen möglich, ihre Leistungen auch ohne Mitarbeiter, sowie teils auch zuhause, zu erbringen. Dahinter verbirgt sich jedoch auch eine Flexibilisierung sowohl der Unternehmens- als auch der Beschäftigungsformen, im Zuge derer durch verstärkte Externalisierung von Leistungen vermehrt auf freiberufliche und allein arbeitende Experten zurückgegriffen wird, die ihre Arbeitskraft (ob freiwillig oder auch gezwungenermaßen) selbst vermarkten.“ (Leicht/Philipp 2005: 5)

Die Trennung in Selbstständige einerseits und abhängig Beschäftigte andererseits wird unscharf, was sowohl zu Entgrenzungs- als auch zu Angleichungsprozessen führt (vgl. Kesselring/Vogl 2002). Dies führt dazu, dass sich die arbeitsmarktpolitische und die soziale Situation beider Gruppen wechselseitig bedingen. (vgl. Ertel/Haake 2001: 114). Verschlechtern sich bspw. die Arbeitsbedingungen für die freien Journalisten, dann wird das für die fest angestellten Journalisten nicht auswirkungslos bleiben. Diese Tendenz zur Entgrenzung bzw. Angleichung von selbstständiger und abhängiger Arbeit lässt sich zusammengefasst an folgenden Punkten verdeutlichen:

Zeitorientierung versus Ergebnisorientierung

Klassisch definiert ist das Arbeitsverhältnis zeitorientiert und wird in Zeiteinheiten gemessen. Die selbstständige Arbeit hingegen ist ergebnisorientiert und wird am Ergebnis gemessen. Dies fand auch in der Vertragsform ihren Ausdruck: Im Arbeitsvertrag wird die Verausgabung der Ware Arbeitskraft für einen bestimmten Zeitraum geregelt, während der Selbstständige i. d. R. mit Abschluss eines Werkvertrages die Abgabe bzw. Herstellung eines bestimmten Werkes verspricht.

Ergebnisorientierte Arbeit wird jedoch auch im festen Arbeitsverhältnis immer wichtiger. Günter Voß und Hans Pongratz (1998) haben mit dem Arbeitskraftunternehmer aufgezeigt, dass Beschäftigte selbst einstige Funktionen der Unternehmensleitungen übernehmen, indem sie sich selbst kontrollieren. Der Beschäftigte wird zum Entrepreneur der eigenen Arbeitskraft.

Eingliederung versus Nichteingliederung

Das Arbeitsverhältnis bedeutet Eingliederung in eine betriebliche Organisation, während die Selbstständigkeit für Arbeiten ohne Einbindung in externe Organisationsstrukturen steht.

Doch immer mehr selbstständige Arbeit findet heute innerhalb betrieblicher Organisationsstrukturen statt, oft Seite an Seite mit Arbeitnehmern. Selbst wenn es nicht um die konkrete räumliche Eingliederung in den Betrieb geht, so sind viele via Netzwerktechnologien in die Organisation des Betriebes eingebunden.

Eigenes Büro versus mobile office

Der Arbeitsort des Beschäftigten ist typischerweise „das eigene“ Büro beim Arbeitgeber, in dem der Arbeitstag verbracht wird. Selbstständige hingegen verfügen über einen eigenen Räume, vom dem aus die Leistung erbracht wird. Diese Trennung ist ebenfalls in Auflösung begriffen. Die meisten festen Freien im Medienbereich verfügen über einen Arbeitsplatz bei ihrem Hauptauftraggeber. Sie verfügen zwar nicht über einen individuellen Arbeitsplatz,⁵⁸ können aber bestimmte Schreibtische nutzen.

⁵⁸ Der eigene Schreibtisch wäre nach der geltenden Rechtsprechung ein Anzeichen für ein Angestelltenverhältnis. Das könnte dazu führen, dass sich feste Freie einklagen könnten. Um dies zu vermeiden bieten die Verlage teilweise Räume bzw. Schreibtische für die festen Freien an, die genutzt werden können. Allerdings wird betont, dass es sich um keinen individuellen Arbeitsplatz handelt.

Arbeitsorganisatorische Veränderungen führen auch bei den Angestellten zur teilweisen ‚Auflösung‘ des eigenen Schreibtisches. Bei den mobilen Arbeitsplätzen steht nicht mehr jedem Beschäftigten sein individueller Schreibtisch zu, sondern man ist – ausgestattet mit einem Rollcontainer, in dem die individuellen Arbeitsunterlagen aufbewahrt werden – an wechselnden Arbeitsplätzen tätig. Darüber hinaus nehmen andere Arbeitsformen zu, bei denen die Arbeitsleistung zum Teil außerhalb der Räume des Arbeitgebers erbracht wird, sei es in Form von Telearbeit oder im so genannten ‚home office‘. In beiden Fällen werden Teile der Arbeitsleistung von zu Hause aus erbracht.

Trennung versus Einheit von Arbeits- und Privatsphäre

In der fordistischen Arbeitsorganisation bedeutet abhängige Beschäftigung die Trennung von Arbeits- und Privatsphäre. Man geht zur Arbeit und kommt wieder von der Arbeit nach Hause, beides schön getrennt. Bei den Solo-Selbstständigen ist die Trennung zwischen Arbeit und Nichtarbeit fließend, das Büro ist meist Bestandteil der Wohnung.

Mit der Entwicklung des Arbeitnehmers zum „Arbeitskraftunternehmer“ greift die Erwerbssphäre in den Privatbereich über; es kommt zu einer Verbetrieblichung der alltäglichen Lebensführung (Voß 1991). Die Privatsphäre wird danach ebenso wie der Arbeitsbereich rationalisiert und durchorganisiert. Das Zeitkorsett der Arbeitszeit, die Arbeits- von der Privatsphäre abgrenzt, löst sich zunehmend auf, sichtbar in der sog. ‚Vertrauensarbeitszeit‘ in der Arbeitszeit nicht mehr gemessen und gezählt wird (und bei der meist auch die Betroffenen nicht mehr wirklich wissen, wann, wo und wie viel sie arbeiten).

Abhängigkeit versus Unabhängigkeit

Das Arbeitsverhältnis steht für wirtschaftliche und soziale Abhängigkeit; Selbstständigkeit für wirtschaftliche, soziale und auch finanzielle Unabhängigkeit. Folgt man jedoch den Untersuchungen über die wirtschaftliche und soziale Situation der neuen Selbstständigen (Vanselow 2001), dann haben sich die Verhältnisse jedoch nachgerade umgekehrt.

In der Medienwirtschaft bewegt sich Selbstständigkeit zwischen Privileg und Prekarität (vgl. Gottschall/Betzelt 2001). Selbstständigkeit bedeutet oft genug nur neue, verschärfte, da ungesicherte Abhängigkeit in neuer Form. „Selbstständige Arbeit: anytime – anyplace und anyprice möchte man hinzufügen, das ist Chance und Drohung gleichermaßen.“ (Nies 2000: 3)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Selbstständige in eine zunehmende Abhängigkeit gegenüber ihren Auftraggebern geraten, und die (noch) Angestellten sich immer mehr dem Ideal des Arbeitskraftunternehmers (vgl. Voß/Pongratz 1998) anpassen sollen. Mit dem Arbeitskraftunternehmer entsteht

„... ein neuer, individualisierter und marktbezogener gesellschaftlicher Typus von Arbeitskraft, der die bisher dominierende Form von Arbeitskraft - man kann sie den beruflich basierten "Arbeitnehmer" nennen - ergänzt und möglicherweise längerfristig als Leittypus ablöst.“ (Pongratz/Voß 2000: 226)

Attribute, die früher für Selbstständige galten – z. B. Eigenständigkeit, Eigenverantwortlichkeit, Kreativität etc. – gelten heute in gleichem Maße für abhängig beschäftigte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Voß und Pongratz beschreiben als typischen Merkmale des Arbeitskraftunternehmers die Selbstkontrolle (Steuerung und Überwachung der eigenen Tätigkeit), Selbstökonomisierung (Vermarktung der eigenen Fähigkeiten) sowie Selbst-Rationalisierung (wachsende Durchorganisation von Alltag und Lebenslauf, Tendenz zur Verberuflichung der Lebensführung) (vgl. ebenda). Die Auswirkungen auf die Beschäftigten werden dabei eher negativ gesehen:

„Im Durchschnitt dürften die neuen Arbeitsformen aufgrund der ungünstigeren, weil vereinzelter, Marktmacht der betroffenen Erwerbstätigen gegenüber den Unternehmen eher zur Verschlechterung der Erwerbslagen beitragen.“ (Pongratz 2002: 17)

Die Beschäftigten sollen nunmehr selber entscheiden, was zu tun ist, damit ihre Unternehmenseinheit Erfolg hat (vgl. Glißmann/Peters 2001: 9). Sie sind damit gefordert, wie Selbstständige zu handeln. Der Beschäftigte wird zum Arbeitskraftunternehmer, der sich dem flexibilisierten Arbeitsanfall anzupassen hat, während sich der Solo-Selbstständige, in zunehmender (ökonomischer und organisatorischer) Abhängigkeiten gegenüber dem Auftraggeber sieht. Besonders in Zeiten konjunktureller Krisen wird der oder die Freie von den Auftraggebern immer abhängiger und damit weniger selbstständig. Damit gleichen sich die Selbstständigen den Angestellten immer mehr an und geben gleichzeitig neue Maßstäbe für diese vor: Der Kündigungsschutz für Angestellte erscheint wie ein nicht mehr zeitgemäßes Privileg.

Die Anpassungs- und Entgrenzungsprozesse haben damit Auswirkungen sowohl auf die Beschäftigten wie auf die Selbstständigen. Ähnlich wie Beschäftigte sind auch die Selbstständigen darauf angewiesen, Konkurrenz untereinander und im Verhältnis zu fest Beschäftigten zu begrenzen. Da dies nicht – wie im Bereich der Freien Berufe – institutionell geregelt ist, darüber hinaus die Anbieter einem rela-

tiv begrenzten Käufermarkt gegenüberstehen, stellt sich die Frage, inwieweit die Selbstständigen selbst die Konkurrenz untereinander begrenzen können. Für Arbeitnehmer haben Tarifverträge die Funktion, die Konkurrenz zwischen den Arbeitskraftanbietern zu reduzieren; dieses Instrument steht den Selbstständigen nicht oder nur in sehr begrenztem Umfang (vgl. § 12a TVG) zur Verfügung. Die zunehmende Abhängigkeit vieler Selbstständiger von ihren Auftraggebern wirft daher Fragen nach einem kollektiven Regelungsbedarf auf:

„Für eine nachhaltige Erwerbskarriere bedürfen die „neuen“ FreiberuflerInnen freilich dringend institutioneller und kollektiver Unterstützung – sei es hinsichtlich besserer sozialer Absicherung, effektiverer Interessenvertretung oder einer realitätsnäheren Ausbildung, die auf die selbstständige Existenz vorbereitet.“ (Betzelt/Gottschall 2005: 2)

Allerdings ist diese ‚kollektive Unterstützung‘ schwer herzustellen. Solo-Selbstständige arbeiten alleine und sind räumlich weit verteilt, was eine Mobilisierung gemeinsamer Interessen zumindest erschwert. Die erste Frage ist daher, ob Selbstständige sich und andere Selbstständige als Marktkonkurrenten sehen, oder ob von gemeinsamen Interessen ausgegangen wird und kollektive Regelungen für notwendig erachtet werden. Danach stellt sich die Frage nach den Möglichkeiten kollektiven Handelns für Selbstständige unter den Bedingungen vernetzter Arbeitsorganisation und –kontakte. Im Folgenden dazu nunmehr die empirischen Ergebnisse aus der Akteursperspektive vorgestellt. Hier werden – auf der Basis der oben angeführten objektiven Strukturen - die subjektiven Orientierungen und individuellen Handlungsstrukturen der Selbstständigen beschrieben und hinsichtlich der Bedingungen für kollektive Orientierung analysiert.

8 Solo-Selbstständige vernetzt

Die Situation von Selbstständigen in der Medienwirtschaft ist in vieler Hinsicht sehr heterogen. Das wird schon daran deutlich, dass es sich sowohl um Journalisten handelt, die für Tageszeitungen arbeiten, als auch um Autoren, die Drehbücher schreiben oder Filme machen, Übersetzer, Web-Designer, die ihren Kunden Homepages gestalten, oder um Produktionsassistenten, die alles rund um eine TV-Produktion organisieren. Auch der oft zitierte „rasende Reporter“, ständig unterwegs um für Radio- und Fernsehsender aus der Region zu berichten, gehört dazu. Und dennoch, trotz dieser scheinbaren Vielfalt lassen sich durchaus gemeinsame Muster ihres Selbstständigendaseins erkennen, die sich typisierend bündeln lassen.

Zur Darstellung der empirischen Ergebnisse im Einzelnen: Zunächst wird das Sample der Solo-Selbstständigen näher definiert, wozu im ersten Abschnitt die unterschiedlichen Wege der Befragten in die Selbstständigkeit beschrieben werden (8.1). Daran anschließend werden ökonomische, räumliche und soziale Rahmenbedingungen dargestellt (8.2). Trotz der unterschiedlichen Rahmenbedingungen und der aktuellen Situation der Selbstständigen lassen sich typische Konstellationen und gemeinsame Problemlagen beschreiben. Als Fazit wird dann der Frage nachgegangen, ob aus Sicht der Selbstständigen, trotz der heterogenen Interessenlagen, eine Notwendigkeit zu kollektivem Handeln gesehen wird (8.2.7). Kollektives Handeln wird durch räumliche und soziale Entgrenzung erschwert, zunehmende Individualisierung und fehlende soziale und räumliche Verortung erfordern folglich neue Formen von Interessenhandeln. Die Bedeutung virtueller Netzwerke bemisst sich insbesondere daran, wie viele Menschen und in welcher Geschwindigkeit und Dichte innerhalb der Netze erreichbar sind. Aus diesem Grunde wird in Kapitel 8.3 eine Typologie zur Internetnutzung präsentiert. Anhand einer Fallstudie wird die Bedeutung von virtuellen Netzwerken für das Interessenhandeln von Selbstständigen aufgezeigt. Dazu werden am Beispiel einer Mailingliste die Auseinandersetzung um das Urhebervertragsrecht beschrieben (8.4) und die Möglichkeiten und Grenzen von netzbasiertem Interessenhandeln untersucht (8.4.4). Die Arbeit endet mit dem Resümee (Kap. 9), was die zusammenfassende Diskussion der Theorie sowie der empirischen Ergebnisse beinhaltet.

8.1 Wege in die Selbstständigkeit

Aus dem Material lassen sich unterschiedliche Motive und Hintergründe für die berufliche Selbstständigkeit rekonstruieren. Für die Mehrzahl der Selbstständigen war der Weg in die Selbstständigkeit nicht das Ziel, das sie konsequent anstrebten. Vielmehr sind sie in die Selbstständigkeit „hineingeschliddert“ und dort „hängen

geblieben“. Für einige Befragte war es – teils selbst gewählt und teils aufgrund von Kündigungen – ein Wechsel vom Angestelltenverhältnis in die Selbstständigkeit. Mitunter war der Wunsch, selbstständig zu werden, von der Hoffnung getragen, im selbstständigen Arbeitsleben mehr Freiheit und Gestaltungsmöglichkeiten zu haben. Für die Wenigsten war der Weg in die Selbstständigkeit unfreiwillig. Bei einigen Befragten wechseln sich Anstellungszeiten mit Zeiten selbstständiger Arbeit ab. Die Gründe, warum in spezifischen Situationen eine Entscheidung für die Selbstständigkeit fällt, können im Laufe des Berufslebens auch wechseln. Von daher kann es bei einer Person durchaus verschiedene Wege zur Selbstständigkeit geben.

Der Ausbildungsstand der befragten Selbstständigen ist überwiegend sehr hoch; mehr als die Hälfte der Interviewten verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Ein knappes Drittel haben das Studium abgebrochen. Dies stand meist im Zusammenhang mit bereits begonnener Tätigkeit als Selbstständige. Von daher bedeutet der Abbruch des Studiums nicht zwangsläufig einen „Karriereknick“, sondern markiert vielmehr eine Passage hin zur angestrebten Selbstständigkeit. Viele waren bereits während ihres Studiums freiberuflich tätig, um ein Studium zu finanzieren und sind nach Abschluss des Studiums selbstständig geblieben.

Insgesamt lassen sich aus dem erhobenen Material vier Kategorien extrapolieren: Zum einen die klassischen Selbstständigen, deren Beruf typischerweise frei ausgeübt wird, wie dies beispielsweise bei Fotografen der Fall ist. Der zweite Typ, der ungeplant Selbstständige, ist in die Selbstständigkeit eher ‚hineingerutscht‘, als dass sie aktiv angestrebt worden wäre. Der dritte Typus, der Zwangsselbstständige, wurde in die Selbstständigkeit „entlassen“, d. h. der Weg in die Selbstständige war nicht freiwillig und wurde aufgrund einer Zwangslage gewählt, während der oder die Wagemutige den Weg explizit gegangen ist, um dem zu eng empfundenen Korsett des Normalarbeitsverhältnisses zu entgehen und Arbeit und Leben flexibler gestalten zu können.

8.1.1 Die klassischen Selbstständigen

Für die klassischen Selbstständigen gibt es keine wirkliche Alternative zur Freiberuflichkeit. Dies ergibt sich oftmals bereits aus dem ausgeübten Beruf, denn insbesondere im künstlerischen Bereich wird typischerweise freiberuflich gearbeitet. Wählt man den Beruf des Fotografen oder Filmemachers, steht meist keine andere als eine selbstständige Tätigkeit offen. Eine Festanstellung als Alternative bietet sich in der Regel nicht. Fotografen, Musiker, Tänzer, Bildhauerinnen und Malerinnen etc. müssen sich von vornherein damit arrangieren, dass Festanstellungen für sie nicht erreichbar sein werden. Ausnahmen sind vielleicht noch

die Orchestermusiker der großen Rundfunk- und Symphonieorchester, die oftmals sogar verbeamtet sind. Doch die meisten in diesen Tätigkeitsfeldern sind dem Bild des klassischen Freien Berufes eng verhaftet, verfügen aber nicht über die berufsständischen Sicherungssysteme der oben erwähnten Freien Berufe wie Anwälte, Architekten, Rechtsanwälte etc. Von daher werden sie in der Fachliteratur (vgl. Bögenhold/Leicht 2000) aufgrund ihrer Interessenlage auch zu den „neuen Selbstständigen“ gezählt.

Dieser Sachverhalt lässt sich am Beispiel von Roland Huber, einem Fotografen, illustrieren: Nach einer technischen Berufsausbildung studierte er auf dem zweiten Bildungsweg Fotografie. Bereits bei der Studienwahl war ihm klar, dass er als selbstständiger Fotograf arbeiten wird und auch muss. Da er schon während seines Studiums freiberuflich gearbeitet hat, wollte er auch nach dem Studium selbstständig bleiben. Die Frage nach einer Festanstellung stellt sich für ihn nicht; sie war keine ernsthafte Option:

„Es gibt niemanden, der einen heute fest anstellt. (...) Überall wo früher fest angestellte Fotografen waren, wurden sie systematisch rausgedrängt und durch Freiberufler ersetzt, so wie in anderen Branchen auch. Es gibt nur noch ganz wenig fest angestellte Fotografen, die sich der Stern leistet oder große Zeitungen haben vielleicht noch vor Ort ihre ein, zwei Fotografen, aber die arbeiten auch weitestgehend mit freien Leuten zusammen.“ (Interview Nr. 03: 231 – 240)

Ähnlich gestaltet es sich bei Maria König. Sie ist Übersetzerin für Belletristik und Kunstbücher. Auch in diesem Beruf ist eine Festanstellung die absolute Ausnahme:

„ ... also literarische Übersetzer sind nie fest angestellt. (...). Es ist generell ein freier Beruf. Es gibt zwei Ausnahmen. Das eine ist die Elke Behr die hat einen Exklusivvertrag mit Suhrkamp für spanische Literatur (...) der andere war Michael Walter ein paar Jahre bei dtv. Der hat so ein Mammutprojekt, ‚Aufstieg und Fall des römischen Reiches‘ neu übersetzt und der hatte einerseits sowohl im Verlag ein Zimmer und hatte auch ein Festeinkommen, weil das ein Projekt ist, das kann man nicht mehr nach Seiten zahlen.“ (Interview Nr. 29: 106 – 113)

8.1.2 Die Ungeplanten

Berufliche Selbstständigkeit ist für die Gruppe der Ungeplanten kein Berufsziel, sondern hat sich – meist im Verlauf eines Studiums – entwickelt. Viele Befragte berichten davon, bereits während des Studiums freiberuflich gearbeitet zu haben. Zum Teil sahen sie darin ihre potenzielle berufliche Zukunft, doch meist hat sich das erst im Laufe der Zeit ergeben. Ihre Wege zur Selbstständigkeit beschreiben

sie nicht als die Folge rationaler und zielstrebigere Entscheidungen. Vielmehr verwenden sie zur Illustration Formulierungen, die erkennen lassen, dass es sich um die Kombination unintendierter Entwicklungen und fast zufälliger Gelegenheiten und Chancen handelt. Viele sprechen vom „Hineinschliddern“ in die letztendliche Berufstätigkeit, da sie ansonsten keine alternativen Vorstellungen zu dieser beruflichen Zukunft entwickelt haben. Viele ungeplant Selbstständige finden sich im journalistischen Bereich oder im Web-Design. Dies liegt zum Teil daran, dass der Schritt in die Selbstständigkeit ohne große Investitionen gemacht werden kann.

Diejenigen, die bereits während des Studiums freiberuflich tätig waren, vernachlässigten teilweise das Studium oder gaben es noch vor dem Abschluss auf. Elmar Luft konnte sich z. B. schon während seines BWL-Studiums als Web-Designer etablieren. Ursprünglich diente die Selbstständigkeit zur Finanzierung des Studiums.

„Und dann war das bei mir so, dass ich teilweise so viele Aufträge angenommen hatte, die habe ich immer in den Semesterferien angenommen, die haben sich dann darüber hinausgezogen und dann hat das Studium sehr gelitten. Das Studium habe ich dann abgebrochen.“ (Interview Nr. 06: 110 – 113)

Nachdem er feststellte, dass er freiberuflich mehr verdiente, als er als Betriebswirt hätte erwarten können, gab er das Studium auf. Es entsprach zwar nicht seinen ursprünglichen Vorstellungen, Web-Designer zu werden, doch immerhin machte er den Schritt in die Selbstständigkeit zu einem Zeitpunkt, als die IT-Branche ungeahnte Möglichkeiten – auch in finanzieller Hinsicht – versprach.

Zum Teil wird von den Befragten die Selbstständigkeit gewählt, weil sich Alternativen aus unterschiedlichen Gründen zerschlugen. Entweder die Arbeitssituation war schwierig, oder die Festanstellung kam aus anderen, persönlichen Gründen, nicht zustande. Sie wurde aber auch nicht aktiv gesucht, vielmehr waren sowohl Festanstellung wie Selbstständigkeit eine Option.

Edgar Weber hat Politik, Soziologie und Philosophie studiert. Aufgrund verschiedener Einflussfaktoren kam es immer nur zu kurzen Zeiten der Festanstellung. Einmal entsprach die feste Anstellung nicht seinen Ansprüchen, bei der nächsten Festanstellung wurde er während der Probezeit gekündigt. Da er bereits während seiner Schulzeit und während des Studiums als freier Journalist tätig war, war für ihn die Selbstständigkeit auch immer eine Option.

„Erst habe ich neben der Schule freiberuflich gearbeitet, dann neben dem Studium. Und dann versucht zu voluntieren, aber als ich voluntieren wollte, gab es keine Volontariatsstellen. Geburtenstarker Jahrgang halt. Und

als es wieder Volontariatsstellen gab, wollte ich nicht mehr volontieren. Deswegen bin ich nie fest reingerutscht.“ (Interview Nr. 18: 23 – 27)

8.1.3 Die Zwangsselbstständigen

Zwangsselbstständige werden entweder aus der Arbeitslosigkeit selbstständig, da keine Perspektive auf eine Festanstellung gesehen wird, oder sie wechseln unfreiwillig von einer Festanstellung in die Selbstständigkeit aufgrund von Kündigung. Die Kündigung erfolgte dabei entweder individuell als Einzelkündigung, oder ganze Bereiche wurden aus dem Betrieb ausgegliedert, was mit der Kündigung einer ganzen Abteilung einherging. In beiden Fällen haben die Betroffenen für sich keine realistische Chance mehr auf eine Festanstellung gesehen, weswegen sie den unsicheren Weg in die Selbstständigkeit bevorzugten. Sie wollten damit längere Arbeitslosigkeit vermeiden. Oft war das Alter der Grund für geringe Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Das Alter der „Berufseinsteiger“ in die Selbstständigkeit ist in den Altersklassen von 50 bis 60 Jahren angestiegen (vgl. Mirschel 2005). Dies kann als Beleg dafür gelten, dass nicht alle vormals fest Angestellten freiwillig in die berufliche Selbstständigkeit wechseln. Vielmehr scheint dies ein Anzeichen dafür zu sein, dass ältere Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt kaum mehr Chancen haben und die Selbstständigkeit als einziger Ausweg wahrgenommen wird, um eine längere Arbeitslosigkeit zu vermeiden.

Dies trifft auch für Karin Roth zu: Sie war lange Jahre Chefredakteurin eines Zeitungsverlags, bevor sie aufgrund einer betrieblichen Umstrukturierung ihren Arbeitsplatz verlor. Sie „passte nicht mehr ins Konzept“. Mit der Absicht selbstständig zu werden, hat sie sich nie beschäftigt. Während ihres gesamten Berufslebens war sie immer fest angestellt gewesen und stellte sich so auch ihr weiteres Berufsleben vor.

„Zum Zeitpunkt des Ausscheidens war ich 41 und habe mich ganz normal arbeitslos gemeldet und habe mich ganz normal beworben und habe drei Sachen festgestellt: Erstens bin ich sehr teuer, weil ich nun mal Chefredakteurin war. Zweitens haben die Leute Angst jemanden einzustellen, der eine Weisungsbefugnis hatte und die möglicherweise als Redakteurin einzustellen, weil sie meinen, die lässt sich nichts sagen, und drittens war ich auch schließlich zu alt für den Arbeitsmarkt. Also 41 ist alt. Und das hat mich damals auch ein bisschen erschüttert, weil das Arbeitsamt gesagt hat: Sie sind eine ältere Arbeitslose!“ (Interview Nr. 07: 52 – 59)

Zwangsselbstständig sind auch diejenigen, die ihren Arbeitsplatz aufgrund von Outsourcing verloren haben. Tätigkeiten, die vormals im Betrieb verrichtet wurden, werden nunmehr als Aufträge nach außen vergeben. Dies hat zur Folge, dass ganze Abteilungen geschlossen werden. Waren vormals Grafiker typischerweise

fest angestellt, so lagern Verlage zunehmend Grafikabteilungen an Selbstständige aus. Damit werden auch die Arbeitgeberrisiken auf die Selbstständigen verlagert.

Rosa Schönberg war Leiterin der Grafikabteilung bei einem Zeitschriftenverlag. Im Verlag wurde die Grafikabteilung drastisch reduziert und Aufträge outgesourct. Monate später wurde auch sie gekündigt, da sie als zu alt und damit als zu teuer galt. Zu diesem Zeitpunkt war sie 52 Jahre alt. Sie hat sich aus der Arbeitslosigkeit selbstständig gemacht, weil sie keine andere Chance mehr für sich auf dem Arbeitsmarkt sah. Darüber hinaus stand sie vor dem Problem, dass Grafiker zunehmend nicht mehr fest angestellt werden, sondern Betriebe verstärkt Grafikabteilungen auflösen und die Tätigkeit an freie Mitarbeiter vergeben. Sollte sich für sie die Chance zur Festanstellung ergeben, würde sie diese der Selbstständigkeit vorziehen.

„Ja, ich würde auch wieder einen Angestelltenjob nehmen, aber die sind im Moment sehr dünn gesät und das war der Prozess in dem Verlag, wo ich gekündigt wurde, dass eben junge billige eingestellt wurden, und junge ausgebildete Grafiker gibt es einfach genügend. Also ich glaube, dass ich auf dem Arbeitsmarkt um Angestelltenstellen wenig Chancen habe.“ (Interview Nr. 04: 95 - 99)

8.1.4 Die Wagemutigen

Die Wagemutigen wählen berufliche Selbstständigkeit freiwillig und bewusst, da sie sich nicht in ein betriebliches Zeit- und Ortsregime eingliedern wollen. Die Wagemutigen haben sehr hohe Ansprüche an ihre Arbeit und eine hohe Identifikation mit der beruflichen Tätigkeit. Eigenverantwortlichkeit und Autonomie werden hoch bewertet und stehen über den (relativen) Sicherheiten abhängiger Beschäftigung. Oft wird berufliche Selbstständigkeit gewählt, nachdem man jahrelang mit der Arbeit im Betrieb unzufrieden war. Dafür werden Unsicherheiten bewusst in Kauf genommen.

„Ich finde das auch ein gutes Gefühl. Ich gehe jeden Tag in mein Büro und weiß, ich muss meinen Arbeitsplatz selber rechtfertigen. Und am Anfang habe ich gedacht, „hm, ist alles so unsicher“ und so. Wenn ich mir jetzt so angucke, so meine ganzen Freunde, die angestellt sind, ich möchte mit keinem tauschen.“ (Interview Nr. 19: 272 - 275)

Teilweise wird man im gleichen Bereich selbstständig, in dem man vorher fest angestellt war. Dies ist beispielsweise bei angestellten Redakteuren der Fall, die zu freien Journalisten werden. Einige wenige werden in ganz anderen Bereichen selbstständig und realisieren damit lange gehegte Träume: Tonja Dietrich ist z. B. promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin. Ihre Festanstellung gab sie auf, verließ ihre Heimatstadt und zog in eine bundesdeutsche Medienstadt, um als freie Jour-

nalistin und Filmemacherin zu arbeiten. Die Routine der Festanstellung und eines „normalen Arbeitstages“ hat sie als un kreativ empfunden und abgelehnt. Zu der Gruppe der fest Angestellten möchte sie nicht mehr gehören.

„Bei einem fest angestellten Team kommst du von außen in eine Welt rein, die ganz feste Regeln hat. Dass fängt schon an, das jeder seinen Schreibtisch hat, dass jeder auch seinen ganz fest gefügten Arbeitsalltag hat, die meisten Leuten, die gehen zu einer bestimmten Zeit zum Essen, die gehen immer mit den gleichen Leuten zum Essen, die holen sich zu einer bestimmten Zeiten einen Kaffee, das ist so ein ganz, ganz streng geregelter Arbeitsalltag mit Ritualen.“ (Interview Nr. 05: 380 - 385)

Ein wichtiger Grund für den Sprung in die Selbstständigkeit ist – insbesondere bei Frauen – der Wunsch, Familie und Beruf besser vereinbaren zu können. Karin Bohne hatte in Zeiten ihrer Festanstellung das Problem, dass sie als Haupternährerin der Familie zu wenig Zeit für ihre Kinder hatte. Der Weg in die Selbstständigkeit war für sie lange ein Traum,

„ (...) weil für mich der Schritt in die Selbstständigkeit auch ein Schritt war hin zu meiner Familie. Also ich habe drei Kinder, habe immer voll gearbeitet, war bei uns immer die Hauptverdienerin und habe eigentlich sehr darunter gelitten, nur am Wochenende Zeit für meine Kinder zu haben. Und versuche jetzt, und das gelingt eigentlich auch ganz gut, wobei der Spagat natürlich einfach ein anderer wird. Aber dass ich halt mittags und nachmittags mir Zeit für meine Kinder nehme.“ (Interview Nr. 15: 28 - 34)

In der Selbstständigkeit kann sie Arbeit und Familie für sich besser vereinbaren, da sie flexibler auf die Bedürfnisse der Familie eingehen kann. Eine Festanstellung käme für sie nur in Betracht, wenn sie sich ihre Arbeitszeiten selbst einteilen könnte, so dass sie ihre Flexibilität erhalten könnte.

8.1.5 Fazit: Selbstständigkeit zwischen Chance und Risiko

In der nachfolgenden Tabelle ist die Verteilung des Samples hinsichtlich der Wege in die Selbstständigkeit zusammengefasst. Dabei wird deutlich, dass die Mehrzahl der Selbstständigen ihre Selbstständigkeit nicht explizit gewählt hat, sondern ungeplant selbstständig wurde. Auffallend ist jedoch, dass die zweitgrößte Gruppe die Wagemutigen sind, die sich explizit vom Normalarbeitsverhältnis abgrenzen möchte. Die inhaltliche und zeitliche Autonomie werden sehr hoch bewertet und dafür auch Unsicherheiten in Kauf genommen. Erzwungene Selbstständigkeit ist bei diesem Sample die Ausnahme. Das muss allerdings nicht bedeuten, dass die Zwangsselbstständigkeit ein untergeordnetes Problem darstellt. Vielmehr gilt zu vermuten, dass sich Menschen, die aufgrund einer Zwangslage selbstständig wurden, weniger für die Verbesserung der Bedingungen für Selbstständigen ein-

setzen, da ihr Ziel oftmals eine Festanstellung ist und eben nicht die Selbstständigkeit. Da die Auswahl der Interviewpartner z. T. über die Mailinglisten erfolgte ist davon auszugehen, dass überproportional solche Selbstständige ihre Interviewbereitschaft bekundet haben, die im Großen und Ganzen mit ihrer Selbstständigkeit zufrieden sind.

	männlich	weiblich	Summe
Die klassischen Selbstständigen	5	2	7
Die Ungeplanten	4	7	11
Die Zwangsselbstständigen	2	3	5
Die Wagemutigen	3	5	8
Summe	14	17	31

Tabelle: Wege in die Selbstständigkeit

Die Tatsache, dass trotz der unterschiedlichen Hintergründe für die Selbstständigkeit fast alle Befragten weiterhin selbstständig bleiben wollen, gehört zu den markanten Ergebnissen der empirischen Untersuchung. Befragt nach ihren Zukunftswünschen wählen die Befragten – bis auf wenige Ausnahmen – nicht die Festanstellung, sondern die Selbstständigkeit. Dies trifft sowohl für diejenigen zu, die sich gezielt entschieden haben, selbstständig zu arbeiten, wie auch für diejenigen, die mangels Alternative oder aufgrund eines Arbeitsplatzverlustes zwangsweise selbstständig wurden.

Als zentrale Beweggründe werden inhaltliche Autonomie und zeitliche Flexibilität hervorgehoben, was die Selbstständigkeit in einem sehr positiven Licht erscheinen lässt. Dies bestätigen auch die Ergebnisse von Sigrid Betzelt, die in ihrer Untersuchung zu sekundären Kulturberufen⁵⁹ ebenfalls zum Ergebnis kam, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten ihre Selbstständigkeit eindeutig oder überwiegend positiv bezeichnete (vgl. Betzelt 2006: 48). Eine Festanstellung käme für viele nur in Betracht, wenn man sehr klare Rahmenbedingungen festlegen könnte und innerhalb der Festanstellung eine größtmögliche Autonomie in der Arbeitsleistung, sowohl in zeitlicher wie auch inhaltlicher Hinsicht hätte.

Auffallend ist, dass als Referenzfolie für die Bewertung der Selbstständigkeit das Arbeitsverhältnis dient. Die selbstständige Arbeit wird mit dem Arbeitsverhältnis

⁵⁹ Darunter fasst sie JournalistInnen, literarische ÜbersetzerInnen, LektorInnen und DesignerInnen (vgl. Betzelt 2006: 6).

verglichen und nicht mit den Freien Berufen. Dies lässt vermuten, dass sich die Selbstständigen selbst mehr am Arbeitsverhältnis, als an den klassischen Freien Berufen orientieren, auch wenn sie sich vom Arbeitsverhältnis explizit abgrenzen. Wird auf die Freiheiten selbstständiger Arbeit verwiesen, dann wird im Vergleich dazu die Fremdbestimmtheit im Arbeitsverhältnis angeführt, und markiert, dass man das auf keinen Fall möchte. Das bedeutet aber nicht, dass eine feste Anstellung nicht in Frage käme. Sie gewinnt insbesondere dann an Attraktivität, wenn es um Fragen der sozialen Sicherung geht. Viele der Selbstständigen haben während der Medienkrise ihre gesamten finanziellen Reserven, auch die, die für die Altersvorsorge gedacht waren, aufgebraucht. Die Vorstellung, das gesamte weitere Berufsleben in der Unsicherheit der sozialen Absicherung leben zu müssen, ist daher für viele belastend.

Das Positive an der festen Anstellung ist danach aber nicht das Normalarbeitsverhältnis als solches, sondern die soziale Sicherung, die es bietet. Das Arbeitsverhältnis wird lediglich billigend im Kauf genommen, um soziale Sicherung, die typischerweise an das Arbeitsverhältnis gebunden ist, zu erreichen. Dies macht deutlich, dass es vielen Selbstständigen nicht darum geht, fest angestellt zu sein, sondern dass vielmehr ein großes Bedürfnis nach sozialer Sicherheit besteht. In der ganzen Debatte um die neue Selbstständigkeit als arbeitsmarktpolitisches Instrument, war die Frage der sozialen Sicherung dieser neu entstehenden Gruppe allerdings nie Thema.

Die Selbstständigkeit wird sogar dann bevorzugt, wenn die viel gerühmte Autonomie und Flexibilität nur zum Teil der Realität entspricht. Eingebunden in den Arbeitsprozess der Auftraggeber ist die zeitliche Planungsfreiheit der Selbstständigen oftmals gering. Dennoch wird die zeitliche Flexibilität hoch gehalten, selbst wenn diese Freiheit auch bedeutet, länger und mehr zu arbeiten als zuvor. Die Planungshoheit wird trotzdem gesehen, da man – in welchem engem Rahmen auch immer – selbst zeitlich disponieren kann. Dies ermöglicht vielen Selbstständigen, Arbeit und Leben besser vereinbaren zu können. Insbesondere die weiblichen Selbstständigen mit Kindern betonen die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch ihre Selbstständigkeit, da sie ihre Arbeitszeiten anders auf den Tag (und z. T. auf die Nacht) verteilen können.

Die Akzeptanz des Selbstständigenstatus als eine eigenständige und auf Dauer ausgerichtete Beschäftigungsform ist – so die hier vertretene These – Voraussetzung dafür, sich überhaupt für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen selbstständiger Arbeit zu engagieren. Der erzwungene Selbstständige, der sich als „verhinderter Arbeitnehmer“ begreift, wird als seinen Bezugspunkt immer das Angestelltenverhältnis wählen und sich nicht für die Ausgestaltung der Selbstständigkeit engagieren. Bestätigung findet diese These durch die gewerkschaft-

lichen Erfahrungen der damaligen IG Medien (jetzt ver.di) in den 1990er Jahren und der Vertretung von Freien-Interessen an den Rundfunkanstalten: Über Jahre hinweg wurde die Selbstständigkeit vorwiegend unter dem Blickpunkt einer Umgehung der Bindungen und Sicherungen des (Normal-)Arbeitsverhältnisses und der dafür geltenden Tarifverträge gesehen. Die gewerkschaftliche Politik mit den Freien und deren arbeitspolitische Vertretung waren entsprechend angelegt. Die Selbstständigen wurden von den Arbeitnehmerorganisationen unter den Generalverdacht der Scheinselbstständigkeit und des Lohndumpings gestellt (vgl. Betzelt 2006: 30). Jede eigenständige Ausgestaltung der sozialen Sicherung von Selbstständigen wurde unter dem Gesichtspunkt problematisiert, ob damit Klagen auf Festanstellung erschwert werden könnten. Erst eine innergewerkschaftliche Diskussion unter den Selbstständigen, die von der Akzeptanz von Selbstständigen als eigenständiger, wenn auch oft prekärer, Arbeitsform ausging, führte zu neuen Ansätzen in der (an Rundfunkanstalten möglichen) Tarifpolitik für Selbstständige und zu einer Belebung der gewerkschaftlichen Interessenvertretung von Selbstständigen (vgl. Nies 2000).

8.2 Ökonomische, räumliche und soziale Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden die Rahmenbedingungen der Selbstständigen näher beleuchtet. Dazu werden insbesondere die Dimensionen ausgeführt, die für kollektives Handeln von Bedeutung sein können. Diese beziehen sich auf die Auftraggeberstruktur, den Arbeitsort, das Verhältnis von Arbeit und Leben, die Mobilitätsanforderungen, die ökonomische Situation der Selbstständigen sowie deren soziale Sicherung.

8.2.1 Auftraggeber

Für die Frage kollektiven Handelns und einer gemeinsamen Interessenvertretung ist die Struktur der Auftraggeber von Belang. Gemeinsame Absprachen und ein gemeinsames Vorgehen lassen sich einfacher organisieren, wenn man über einen gemeinsamen Auftraggeber und damit in der Regel über einen gemeinsamen Arbeitsort verfügt. Bei vielen unterschiedlichen Auftraggebern, wird es schwieriger, kollektive Formen von Interessenhandeln zu erreichen. Hinsichtlich der Durchsetzung von Interessen reicht es im übrigen nicht aus, die Konkurrenz unter den Selbstständigen zu minimieren. Freie Mitarbeiter benötigen bei der Durchsetzung ihrer Interessen auch die Unterstützung und Solidarität der fest Angestellten, da sich die Bedingungen von fest Angestellten und Selbstständigen zum Teil wechselseitig bedingen. Bei einem gemeinsamen Auftraggeber lässt sich dies augenscheinlich besser organisieren.

Hinsichtlich der Struktur von Auftraggebern lassen sich drei typische Konstellationen ausmachen: Die festen Freien arbeiten für einen Hauptauftraggeber und sind meist arbeitnehmerähnlich, d. h. sie arbeiten auf Lohnsteuerkarte als „abhängig Freie“: Für sie gelten (jedenfalls, wenn sie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk arbeiten) Tarifverträge und einige arbeitsrechtliche Schutzbestimmungen, wie der gesetzliche Mindesturlaub nach dem Bundesurlaubsgesetz. Eine zweite Gruppe arbeitet ebenfalls nahezu exklusiv für einen Auftraggeber, ist aber nicht arbeitnehmerähnlich und hat deswegen nicht dieselbe Absicherung wie die festen Freien. Die dritte Gruppe verfügt über eine sehr heterogene Auftraggeberstruktur, aus der sich keine festen Bindungen und keine über den einzelnen Auftrag hinausgehenden Ansprüche ableiten lassen.

Die erste Gruppe, die so genannten festen Freien, die für einen Hauptauftraggeber tätig sind, verfügen meist über einen Rahmenvertrag, der den Umfang der abzurechnenden Arbeitstage festlegt. Feste Freie sind in erster Linie bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten und bei Tageszeitungen beschäftigt. Im Printbereich sind das beispielsweise die so genannten Pauschalisten, die über ein monatlich fest zugesagtes finanzielles Kontingent verfügen. Die festen Freien sind in die Arbeitsorganisation des Auftraggebers eingegliedert und damit den Arbeitnehmern am ähnlichsten. Sie sind räumlich oftmals beim Auftraggeber verortet, haben dort zusammen mit anderen festen Freien ein Büro.

„Ich habe meinen festen Schreibtisch, ich stehe in einem Dienstplan, ich habe einen Computer in der Redaktion, also ich habe einen festen Arbeitsplatz.“ (Interview Nr. 11: 288 - 290).

Diese Ausprägung der festen Freien stellt die Mehrzahl der arbeitnehmerähnlichen Selbstständigen.⁶⁰ Eine langjährige Tätigkeit als Fester Freier kann bei einigen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten nur noch aus wichtigem Grund gekündigt werden. Der Übergang zur Scheinselbstständigkeit ist fließend, ein Problem der festen Freien ist deshalb, dass der Arbeitgeber sich arbeitsrechtlich absichert, damit es zu keiner Festanstellungsklage kommen kann. Dies führt entweder zu so genannten Zwangspausen, in denen der Selbstständige vom Auftraggeber keine Aufträge bekommt oder zu zeitlichen Beschäftigungsbegrenzungen. Feste Freie sind aufgrund der räumlichen Verortung beim Auftraggeber faktisch in die betrieblichen Interessenvertretungsstrukturen einbezogen. Betriebs- und Personalräte sind für die Fests Freien zwar nicht zuständig, handeln aber oft auch für sie; zum

⁶⁰ Arbeitnehmerähnliche Selbstständige sind nach § 12a TVG Personen, die wirtschaftlich abhängig und vergleichbar einem Arbeitnehmer sozial schutzbedürftig sind. Arbeitnehmerähnliche Selbstständige sind sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Teil haben sie insbesondere in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten eigene gewählte Vertretungsstrukturen (die allerdings keine verbrieften Rechte haben).

Die zweite Gruppe Selbstständiger arbeitet ebenfalls nahezu exklusiv für einen Hauptauftraggeber, sind aber keine festen Freien.⁶¹ Sie verfügen über keinen Rahmenvertrag, müssen folglich ihre Aufträge immer wieder neu akquirieren, nutzen dabei aber ihre enge Verbundenheit und Kenntnis ihres Auftraggebers. Meist stellt der Auftraggeber einen Arbeitsplatz zur Verfügung, den man gegebenenfalls nutzen kann. Neben dem Hauptauftraggeber existieren noch mehrere kleinere Auftraggeber, es besteht aber eine ökonomische Abhängigkeit vom Hauptauftraggeber. Im Normalfall ist der Akquisitionsaufwand eher gering, da man von seinem Hauptauftraggeber regelmäßig mit Aufträgen versorgt wird.

„Im Prinzip ist es so, bei den Konferenzen greift man die Arbeit ab, wenn es heißt, wir müssen mal wieder zu der Sache was machen, wer könnte das machen? Ich! Und schon hat man einen Job abgegriffen.“ (Interview Nr. 12: 732 - 734)

Ein einzelner Hauptauftraggeber bedeutet zwar einerseits eine gewisse ökonomische Stabilität, andererseits aber auch eine große Unsicherheit, da der Selbstständige vom Hauptauftraggeber abhängig ist. Fatal kann die Konstellation mit einem Hauptauftraggeber deshalb werden, wenn die Zusammenarbeit aus irgendwelchen Gründen scheitert. Sei dies, dass der Hauptauftraggeber in ökonomische Schwierigkeiten gerät, inhaltliche Konzepte geändert werden und der Freie „nicht mehr ins Konzept passt“, oder dass „alte Freie“ gegen „junge Freie“ ausgetauscht werden.

Die dritte Gruppe verfügt über viele verschiedene Auftraggeber. Diese Selbstständigen sind laufend auf der Suche nach neuen Aufträgen und nach neuen Kunden und müssen sich ständig neuen Bedingungen anpassen. Das bedeutet zwar einen immensen Aufwand bei der Akquisition und bei der Kontaktpflege mit den unterschiedlichen Auftraggebern, kann aber zum Teil die ökonomische Unsicherheit reduzieren. Wenn ein Auftraggeber, aus welchen Gründen auch immer, wegbricht, hat man eben noch andere.

„Lieber wie eine Spinne auf vielen Beinen stehen, weil ein großer Auftraggeber kann ganz schnell wegbrechen und dann steht man dumm da. Und das ist besser, wenn man viele Verschiedene hat. Mal größere, mal kleinere. Ist zwar letztendlich zwar recht aufwändig, man muss alle akquirieren, aber meine Strategie ist, dass ich das so besser finde. Weil, wenn mir einer

⁶¹ Dennoch sind sie häufig im rechtlichen Sinne arbeitnehmerähnliche Selbstständige.

mal wegbricht, dann habe ich immer noch die anderen beiden.“ (Interview Nr. 20: 52 - 57)

In dieser Gruppe erscheint die Abhängigkeit gegenüber den Auftraggebern geringer. Allerdings sind innerhalb der Gruppe auch diejenigen überproportional vertreten, deren Selbstständigkeit sich auf einem stark prekären Niveau befindet. Die Vielzahl der Auftraggeber ist hier oft ein Hinweis darauf, dass die Selbstständigen mit ihren Arbeiten „hausieren gehen“ müssen, da sie über keine funktionierenden Netzwerke verfügen, ihre Arbeiten „an den Mann“ zu bringen.

8.2.2 *Arbeitsort*

Die Erreichbarkeit der Selbstständigen ist als Grundvoraussetzung für eine Mobilisierung für die Frage kollektiven Interessenhandels von großer Bedeutung. Von daher spielt der Arbeitsort eine große Rolle. Typische Konstellationen sind das Büro beim Auftraggeber, eine Bürogemeinschaft mit anderen Selbstständigen oder das home office in der eigenen Wohnung.

Feste Freie haben ihren Arbeitsplatz meist beim Auftraggeber. Sie sind in die Dienstpläne einbezogen (auch wenn sie oft aus arbeitsrechtlichen Gründen nicht eingeteilt werden, sondern sich selbst einteilen) und haben mehr oder weniger feste Arbeitszeiten. Manche Redaktionen legen auch Wert darauf, dass die freien Mitarbeiter in den Redaktionsräumen arbeiten, auch wenn sie dort keinen festen, individuellen Arbeitsplatz haben (dürfen).

„Ich suche einen Schreibtisch, der frei ist, wer halt gerade nicht da ist oder krank oder so. Da gehe ich an den Schreibtisch, was sehr lustig ist, weil du an jedem Schreibtisch so siehst, wie sich die Leute ihre Sachen so eingerichtet haben und dann hinterlasse ich immer eine Spur: Ich stecke mir die Maus immer nach links um, weil ich Linkshänderin bin und dann vergesse ich meistens sie zurückzustecken.“ (Interview Nr. 05: 400 - 404)⁶²

Eine weitere typische Konstellation ist die Bürogemeinschaft. Dies ist insbesondere bei Journalisten sehr verbreitet. Diese Bürogemeinschaften sind entweder von der Berufsstruktur homogen, wie dies z. B. bei Journalistenbüros der Fall ist, oder man teilt sich Räume mit anderen Selbstständigen, die in anderen Bereichen freiberuflich tätig sind. Der Vorteil dieser Organisationsform ist, dass man sich die Infrastruktur wie Telefon, Fax oder die Flatrate teilen und damit Kosten reduzieren kann. Diese Variante wird allerdings nicht nur aus Kostengründen gewählt, sondern Hintergrund ist auch der Wunsch, Arbeitsort und

⁶² Diese Art der Schreibtischnutzung entspricht den Vorstellungen des „mobile office“, das zunehmend praktiziert wird.

Wohnung zu trennen und sich über ein gemeinsames Büro auch soziale Kontakte zu organisieren. Wege werden dabei bewusst in Kauf genommen, um soziale Netze zu erhalten bzw. auszubauen.

„Schreiben ist zwar ein hoch konzentrativer Beruf und ein sehr isolierendes Gewerbe, aber für mich war immer wichtig, außerhalb meiner Scholle Kommunikationspunkte zu haben. Kontakte zu haben, wo ich einfach aus meinem Raum gehe und mit anderen Leuten kommunizieren kann. Und mich auch mal über Themen austauschen kann. Deswegen habe ich Bürogemeinschaften auch immer mit Kollegen aus meinen Fächern gehabt.“
(Interview Nr. 27: 73 - 74)

Die Mehrheit der befragten Selbstständigen hat jedoch ihren Arbeitsplatz innerhalb der eigenen Wohnung. Als Grund hierfür wird oft die geringere finanzielle Belastung angeführt. Gerade in Zeiten ökonomischer Unsicherheit möchten viele die Fixkosten so gering wie möglich halten. Darüber hinaus ermöglicht es der geringe Platzbedarf zur Ausübung der selbstständigen Tätigkeit, die Arbeit von zu Hause aus zu bewerkstelligen. Die meisten benötigen nur einen Schreibtisch, einen PC einen Drucker und eine Netzverbindung. Lediglich Grafiker sowie Fotografen haben einen größeren Platzbedarf und höhere Investitionskosten, was die notwendige technische Ausstattung angeht. Das home office bringt aber ganz andere Probleme mit sich. Ein Problem des Arbeitsortes innerhalb der Wohnung ist, dass die Trennung zwischen Arbeit und Nichtarbeit von den Selbstständigen selbst bewerkstelligt werden muss. Sie sind weder an einen Betrieb angebunden, noch verfügen sie über den regelmäßigen Face-to-Face-Kontakt mit andern Freien beim gemeinsamen Auftraggeber. Aufgrund seiner isolierten Arbeitssituation und mangelnden Kollegen dient die netzbasierte Kommunikation auch zur Pflege von sozialen Kontakten.

„Sie sehen ja, wie ich arbeite, man hat ja nicht die sozialen Kontakte. Außer die engeren Jobkontakte, die Leute mit denen man jetzt direkt zusammenarbeitet, aber das ist ja auch, das ist ja auch nicht regelmäßig. Also muss man ja versuchen, sein Bedürfnis nach sozialen Kontakten anders zu befriedigen. Also sucht man sich zum Beispiel im Internet seine Dorfplätze. So, wie man eben auf den Markt geht und hört, ob es was gibt, so ist es auch im Internet ein bisschen: Man geht auf bestimmte Seiten, man abonniert viele Mailinglisten, um zu hören was es Neues gibt, was passiert und mit wem kann man sich vielleicht mal unterhalten kann.“
(Interview Nr. 18: 334 – 342)

Sowohl zum Austausch, als auch zur Kontaktpflege ist netzbasierte Kommunikation damit für diejenigen, die alleine in der Wohnung arbeiten, besonders wichtig.

8.2.3 *Arbeit und Leben*

Die Organisation von Arbeit und Leben von Selbstständigen wurde in der Forschung bereits vielfach thematisiert (vgl. Wirths 1994, Behringer/Jurczyk 1995, Behringer 1998, Wirths 1994, Egbringhoff 2003). Ergebnis dieser Studien war – bezogen auf die Lebensführung, dass für die meisten Selbstständigen sich Arbeit und Leben nicht eindeutig trennen lassen. Selbstständige haben keinen Normalarbeitstag, keine Kernzeit und nur selten einen Urlaub, der verfällt, wenn er nicht genommen wird. Die alltägliche Lebensführung (vgl. Behringer/Jurczyk 1995, Voß 1991) ist damit eine Herausforderung für die Gestaltung der eigenen Beweglichkeit.

„Wo sich die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit auflösen, lassen sich Arbeitskulturen und private Lebensstile immer weniger voneinander trennen.“ (Gesterkamp 2003: 199)

Sie müssen vielmehr selbst entscheiden, wann und wo sie ihre Arbeiten erledigen. Die Trennung bzw. Nichttrennung von Arbeits- und Lebenssphäre muss durch die Selbstständigen selbst hergestellt, die zeitlich-räumliche, inhaltliche und soziale Strukturierung ihrer Arbeit selbst organisiert und verantwortet werden. Die Frage hierbei ist, ob es einen Ausgleich zwischen Arbeit und Leben gibt oder ob der Arbeitssphäre alles andere untergeordnet wird. Dies ist nicht zuletzt eine Frage der eigenen Marktposition. Diejenigen, die als Selbstständige „gut im Geschäft sind“, sind eher in der Lage, das Verhältnis von Arbeit und Leben zu gestalten, während bei denjenigen, die sich als Selbstständige unter schwierigen ökonomischen Bedingungen am Markt behaupten müssen, die Lebensführung unter dem Druck der Verhältnisse weitgehend von außen bestimmt wird. Der Anpassungsdruck kann hier übermächtig werden, worauf mit reaktiver Anpassung reagiert wird. Gestaltungsmöglichkeiten werden nicht mehr gesehen (vgl. Egbringhoff 2003).

Die meisten Befragten trennen nicht streng zwischen der Arbeits- und Lebenssphäre. Auf Anforderungen aus den verschiedenen Lebenssphären wird versucht, flexibel zu reagieren. Je nach Marktposition gelingt dies mit einer mehr oder weniger großen Gestaltungsleistung.

Dem so genannten Normalarbeitsverhältnis am nächsten sind die festen Freien, die sich weitgehend an den Arbeitszeiten des Auftraggebers orientieren und die organisatorisch überwiegend in den Betrieb des Auftraggebers eingebunden sind. Selbstständige mit Kindern, die ihre Selbstständigkeit auch dazu nutzen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf besser bewerkstelligen zu können, haben ebenfalls eine deutliche Trennung zwischen Arbeit und Leben, die der persönlichen Situation angepasst ist und meist vom Normalarbeitsverhältnis abweicht.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erzwingt von Karin Bohne ein stark durchorganisiertes Zeitregime. Wenn ihre Kinder von der Schule nach Hause kommen, will sie da sein, weswegen sie ihre Arbeit erst am Spätnachmittag wieder aufnimmt. Sie arbeitet zu Hause, was bedeutet, dass sowohl sie als auch ihre Familie lernen musste, zwischen Arbeit und Freizeit zu trennen.

*„Ich habe das Büro in der Wohnung. Das bedeutet, dass ich mich stark abgrenzen muss, dass alle lernen müssen, dass ich mich abgrenzen muss.“
(Interview Nr. 15: 139 - 141)*

Karin Bohne verfolgt eine größtmögliche Trennung zwischen Arbeit und Leben. Wenn mittags ihre Kinder von der Schule nach Hause kommen, dann ist Familienzeit, in der sie auch keine beruflichen Telefonate entgegennimmt. Wenn sie hingegen als Journalistin tätig ist, dann ist sie für die Familie nicht greifbar. Dann muss auch für die Kinder klar sein, dass sie in ihrem Arbeitszimmer nicht gestört werden darf. Sie hat damit für sich ziemlich geregelte Arbeitszeiten festgelegt, von denen aber situativ abgewichen werden kann, wenn es die konkrete Situation erfordert.

Bei Selbstständigen, die stark projektbezogen arbeiten, wie dies in erster Linie in der Filmbranche der Fall ist, wechselt die Dominanz der einzelnen Lebenssphären – je nach Auftragslage – ab. Während der Produktionszeit wird die Lebenssphäre der Arbeitssphäre untergeordnet.

Tonja Dietrich ist Autorin und Filmemacherin. Zeiten mit hohem Arbeitsdruck und auftragslose Zeiten wechseln sich ab. Wenn sie mitten im Dreh ist, findet über Wochen hinweg kaum ein Privatleben statt. Alles wird der Produktionslogik des Filmes untergeordnet. Nach Abschluss der Dreharbeiten ändert sich dies schlagartig. Jetzt hat sie wieder viel Zeit für ihren Freund und ihren kleinen Sohn. Diese Lebensform schätzt sie sehr.

„Also auch sehr projektbezogen zu leben und diese Arbeit- und Freizeit-trennung nicht zu haben. Also wenn ich jetzt mit einem Freund zusammen bin, der gerade an einem Film arbeitet, weiß ich, dass das gerade sein komplettes Leben und Denken ausfüllt und er vielleicht mal zwei, drei Monate keine Zeit hat und wenn er Zeit hat, dann redet er den ganzen Abend von seinem Thema. Das finde ich immer ganz schön, daran teilzuhaben, weil ich das auch kenne. Weil ich das mag, diese Begeisterung zu teilen von Leuten. Ja und auch diese Art so unregelmäßig zu leben. Also ich weiß auch, dass ich mich mit anderen Selbstständigen mal am Mittwoch Vormittag um 11.00 Uhr treffen kann, wo alle anderen am Arbeiten sind, weil ich habe halt in der Nacht vorher gearbeitet.“ (Interview Nr. 05: 457 - 467)

Die Zeiten, in denen sie viel arbeitet, sind zwar Stress, der von ihr aber als positiver Stress empfunden wird. Zeiten ohne Beschäftigung kann sie genießen, mit ihrer Familie verbringen und ab und zu Kleinaufträge übernehmen.

Ähnlich verhält es sich bei Kurt Holzmann. Er ist das, was man einen „rasenden Reporter“ nennt. Flexibles Anpassen und schnelles Reagieren beschreibt er als sein Markenzeichen.

„(...) ich bin wahnsinnig schnell und das ist ein bisschen das Ticket auf dem ich fahre bei meinem Sender. Also wenn irgendwas schnell gemacht werden muss oder intensiv recherchiert werden muss, dann rufen sie mich an. Und ich mag das eigentlich auch ganz gerne, das entspricht so meiner Persönlichkeit. Die rufen an und sagen, wir brauchen was für morgen Abend, das ist aber eine schwierige Geschichte. Dann frage ich wo, mache nichts anderes anderthalb Tage, liefere was Gutes ab und falle dann erschöpft ins Sofa.“ (Interview Nr. 12: 314 - 321)

Diese Kurzfristigkeit der Aufträge erlauben ihm keine längerfristige Planung. Dass er seit geraumer Zeit keine feste Partnerbeziehung mehr hat, führt er auf sein ständiges Unterwegssein und seine „Rufbereitschaft“ zurück. Wenn ihn Freunde fragen, ob er mit ihnen übers Wochenende wegfahren will, kann er keine verbindlichen Zusagen machen, weil er seine Auftragslage noch nicht überblicken kann.

„Nein, ich habe auch seit einigen Jahren keine feste Beziehung mehr gehabt, aber das ist genau so an diesen Dingen gescheitert. Weil, es fällt mir immer schwer, das nervt auch immer Freunde von mir, ich kann halt schwierig Zusagen machen und wenn die fragen, wir wollen in drei Wochen mal für vier Tage an die Ostsee, hast du Bock mitzukommen, ist meine Standardantwort, frag mich am Tag zu vor noch mal.“ (Interview Nr. 12: 306 - 311)

Dass er kurzfristig auf berufliche Anforderungen reagiert und folglich keine längerfristigen Zusagen machen kann, entspricht seiner individuellen Lebensführung. Die Gestaltung des Arbeitslebens wird von ihm als selbstbestimmt und unabhängig erlebt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Trennung von Arbeit und Leben in allen Fällen in gewisser Weise in Auflösung begriffen ist. Die Entgrenzung bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass dies zu Lasten der Freizeit geht, vielmehr versuchen die Befragten ihre Selbstständigkeit auch dahin gehend zu nutzen, eigene Grenzen, je nach persönlicher Lebens- und Arbeitssituation, zu ziehen. Allerdings wird die Entgrenzung von Arbeit und Leben durch die Informations- und Kommunikationstechnologien weiter radikalisiert. Die Internetnutzung lässt Geschäftliches und Privates verschwimmen. Sitzt man vor dem PC, ist es oftmals

auch nicht mehr eindeutig, ob gearbeitet oder zum Spaß gesurft wird. Die Frage nach den geleisteten Arbeitsstunden kann zum Teil nur schwer beantwortet werden. Ilse Meier arbeitet als Journalistin. Zeiten mit geringer Auftragsdichte verbringt sie gerne im Netz.

„Das ist schwer zu sagen, weil da nämlich das private und berufliche so ineinander übergeht. Gerade im Internet, mit dem Surfen im Internet, ja, mit Emails lesen, da kommen dann auch diese ganzen Mailinglistenkontakte oder andere Internetkontakte, das ist so schwer abzuschätzen, was davon jetzt Unterhaltung, was der kollegiale Tratsch und was der fachliche Austausch ist, weil man oft gar nicht wissen kann, was irgendwann dabei herauskommt. Oder auch das Surfen. Da bin ich irgendwo zum Teil zum Spaß unterwegs und dann finde ich irgendwas, was für einen Artikel anregend ist.“ (Interview Nr. 16: 76 - 82)

Hinzu kommt, dass durch die Nutzung des Mobiltelefons von jedem Ort aus Termine vereinbart, Absprachen o. ä. getroffen werden, was das Büro als den klassischen Arbeitsort an Bedeutung verlieren lässt.

8.2.4 Mobilitätsanforderungen

Der Ort, an dem wichtige (potenzielle) Auftraggeber ihren Standort haben, ist unverändert – trotz neuer Kommunikationstechnologien – der Ort an dem die Selbstständigen zu finden sind. Von daher ist es kein Zufall, dass die Mehrheit der Selbstständigen im Medienbereich in den Medienstädten wohnt und arbeitet. Dies gilt auch für diejenigen, für deren Arbeitsgegenstand die Anwesenheit am selben Ort gar nicht erforderlich wäre, die aber den persönlichen Kontakt zu ihren Auftraggebern suchen.

Zwar ist man via neuer Technologien nicht mehr unbedingt ortsgebunden, trotzdem gibt es eine *compulsion of proximity* (Boden 1994), da man oftmals schnell vor Ort sein muss, bzw. der Auftraggeber die räumliche Nähe seiner freien Mitarbeitern durchaus schätzt. Die gängige Vorstellung, dass man seine Tätigkeit dank neuer Informations- und Kommunikationstechnologien von überall ausüben kann, findet sich in der Empirie nicht. Vielmehr wird auf die Bedeutung der räumlichen Nähe zu Auftraggebern und zu sonstigen beruflichen Kontakten verwiesen.

Elmar Weber begann seine Selbstständigkeit als freier Journalist im Ruhrgebiet, wo die Medienwirtschaft wenig entwickelt ist. Von daher sah er für sich wenig Chancen, als freier Journalist erfolgreich sein zu können. Nachdem er feststellen musste, dass er geografisch zu abseits war, um an interessante Aufträge heranzukommen und er nicht nur für Regionalzeitungen schreiben wollte, hat er seine Heimatstadt verlassen und ist nach Hamburg, in eine bundesdeutsche Medienstadt, gezogen.

„Nee wirklich, ich bin ganz, ich bin fest davon überzeugt, dass es einfach aus diesem einen Grunde nicht funktioniert, weil man die räumliche Nähe nicht hat und weil man die persönlichen Kontakte nicht hat, wenn man irgendwo in Puckelmuckel sitzt und arbeitet. Ich habe lange genug im Ruhrgebiet gesessen und habe versucht, von da aus irgendwie zu arbeiten. (...) Aber ich habe nie wirklich das bekommen was ich wollte. Von der Provinz aus, kriegt man auch kein Gefühl für die Wunschmedien, für die man gerne arbeiten möchte. Weil die sitzen einfach in Hamburg und das kriegt man, glaube ich, nur raus wenn man sich vor Ort in der Szene tummelt.“ (Interview Nr. 18: 432 -446)

Ähnliches gilt für Kurt Holzmann. Er ist in Berlin geboren und aufgewachsen. Anfang der 90er Jahre bot sich die Chance einer festen Anstellung in Bielefeld. Als die Hauptstadt-Entscheidung für Berlin fiel, war für ihn klar, dass er nach Berlin zurückgehen würde.

„ ... und dann dachte ich auch als Nachrichtenjournalist ist es einfach auch bescheuert, wenn man in Nordrhein-Westfalen rumhängt, weil dann kam die Entscheidung, Berlin wird Hauptstadt, Regierungsumzug etc. und dann zog alles nach Berlin und ich saß als Berliner irgendwo in der tiefen Provinz und dachte, das ist total bescheuert, du musst schnell zurück. (Interview Nr. 12: 206 - 211)

Mobilitätsanforderungen ergeben sich für Journalisten in erster Linie zur Recherche vor Ort, sowie zur Pflege von Kontakten mit Auftraggebern. Räumliche Mobilität wird dabei nicht als Anforderung, sondern als Selbstverständlichkeit angesehen, was Bestandteil des Berufes ist. Die meisten sind viel unterwegs, aber das gehört einfach zum Job. Wie bei Kurt Holzmann, der als Lokalredakteur arbeitet:

„Es gibt oft Tage, wo wir vier-, fünfhundert Kilometer runterreißen, das ist überhaupt keine Frage. Weil ich halt der rasende Reporter bin, also typische Geschichte: Regionale Touristik-Messe, d. h. Sonntag Mittag hinfahren, vorrecherchieren, Besichtigung, Sonntag 18.00 Uhr Eröffnung, ab 20.30 Uhr Büffet, Empfang, Vorgespräche mit den Politikern und Leuten mit denen ich ein Interview führe, ins Hotel, um 7.00 Uhr aufstehen, um 8.30 Uhr trifft man sich mit den Kollegen auf dem Messegelände, dreht bis 13.00 Uhr, dann fahren wir zurück zum Sender, sind um 16.00 Uhr da, dann gucke ich mir das Material an, 17.30 Schnitt, 19.30 Uhr Sendung. Und genau das sind dann die Tage, wo ich dann um 21.30 Uhr zu Hause liege, weil ich im Hotel schlecht geschlafen habe, weil über mir schwäbische Unternehmer waren, die bis zwei Uhr morgens gesungen haben und

zwar schweinelaut, aber das sind typische Geschichten.“ (Interview Nr. 12: 411 - 423)

Solo-Selbstständige mit Kindern versuchen oftmals eine Strategie zu entwickeln, Reisen zu vermeiden, bzw. Reisezeiten zu minimieren, bzw. geografische Mobilität durch virtuelle zu ersetzen. Karin Bohne arbeitet als freie Journalistin in erster Linie für regionale Kunden.

„Also dass ich die Selbstständigkeit nutze, um mir die Zeit besser einteilen zu können. Und das bedingt einfach auch, dass ich mich regional orientiere.“ (Interview Nr. 15: 34 - 36)

Durch Recherchen im Internet lässt sich geografische Mobilität zum Teil auch vermeiden, was den Interessen der Selbstständigen entgegenkommen kann.

Luise Norderstedt arbeitet als freie Journalistin für medizinische Fachblätter. Sie reiste sehr viel um Kongresse zu besuchen, Recherchen zu betreiben und Interviews zu machen. Dies hat sie meist vor Ort gemacht. Nach langen Zeiten des Reisens hat sie dies nun mehr reduziert. Wo es geht vermeidet sie Reisen, die sie mittlerweile als Stress empfindet.

Bis zur Medienkrise bin ich sehr intensiv gereist und das hat sich in den letzten Jahre sehr reduziert. Hinzu kommt die virtuelle Realität. Dass Interviews eben heute per Email gemacht werden. Und dass man sich mal eben schnell, wenn es um Recherche-Arbeiten geht, gehe ich mal schnell ins Internet. Also da hat sich die Entwicklung, die war sehr zuträglich dafür nicht mehr so viel unterwegs sein zu müssen. (Interview Nr. 17: 283 - 287)

Die Substitution geografischer Mobilität durch Recherchen im Internet wird jedoch nicht immer positiv gesehen. Recherchen finden mittlerweile in erster Linie im Netz statt. Neben den veränderten Recherchemethoden führen die neuen Technologien auch zu einer Beschleunigung bei der Abarbeitung von Aufträgen (Rehberg/Stöger 2004). Dies schließt eine Recherche vor Ort sowohl in zeitlicher wie auch in finanzieller Hinsicht nahezu aus. Problem ist zudem, dass Recherchen vor Ort von den Auftraggebern auch dann nicht mehr bezahlt werden, wenn sie notwendig sind. Von daher sind viele Journalisten gezwungen auf Recherche vor Ort zu verzichten und recherchieren folglich in erster Linie im Netz.

Mobilitätsanforderungen werden von den Selbstständigen als Selbstverständlichkeit und nicht als Anforderung angesehen. Es wird versucht – je nach Lebenssituation und Lebensphase – die Mobilität so weit wie möglich zu gestalten. Hohe Mobilitätsanforderungen und projektformiges Arbeiten erschweren nicht nur die Pflege seiner sozialen Beziehungen, sondern auch kollektive Orientierungen, da sich Interessenvertretungen und Verbände nach wie vor an der Erwerbsarbeit und

ihrem Rhythmus (und am Betrieb) orientieren. Darüber hinaus sind die Aufträge teilweise auch mit zeitweiliger Ortsveränderung verbunden, was ein kontinuierliches Engagement zusätzlich erschwert.

8.2.5 *Ökonomische Situation*

Trotz der anhaltend schwierigen ökonomischen Situation der Medienwirtschaft sind nicht alle Selbstständigen gleichermaßen negativ davon betroffen. Dies liegt neben der unterschiedlichen Marktposition der einzelnen Selbstständigen auch daran, dass die Branchen innerhalb der Medienwirtschaft von der konjunkturellen Krise unterschiedlich betroffen sind. Am wenigsten betroffen waren und sind die Selbstständigen in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, da sich diese in erster Linie über Gebühren finanzieren und weniger von konjunkturellen Entwicklungen abhängig sind. Allerdings haben auch hier Kostensteigerungen und politische Gebührenentscheidungen zu Sparprogrammen geführt, die nicht zuletzt Konsequenzen für die Beschäftigung von Freien haben.

Am stärksten betroffen von der konjunkturellen Krise sind der Zeitungs- und Zeitschriftenbereich, da der Rückgang der Werbeeinnahmen durch das Anzeigen-geschäft hier besonders deutlich wurde. Die Verlage haben auf den massiven Rückgang im Anzeigenbereich mit massiven Sparprogrammen reagiert. Bestandteil dieser Sparprogramme war immer auch eine Reduzierung der Honoraretats der Redaktionen und damit eine Verringerung der Aufträge an Selbstständige (und ein erhöhter Druck auf die Honorarhöhe). Problematisch war es insbesondere für diejenigen, die über keine langjährigen Kontakte verfügten und auf der Suche nach neuen Auftraggebern waren. Die „alten Hasen“, die über viele Kontakte und langjährige Auftraggeber verfügen, waren weit weniger betroffen als diejenigen, die sich gerade in der Zeit der Medienkrise selbstständig gemacht haben und folglich über weit weniger Kontakte verfügten.

*„... ich immer dann, wenn ich gedacht habe „ der Kontakt läuft und da werde ich, da möchte ich jetzt öfter was schreiben für die“, dass ich dann nach dem zweiten oder dritten Artikel wieder rausgespart worden bin, weil die bei den freien Mitarbeitern kaum noch jemanden beschäftigt haben und wenn, dann die älteren Kontakte und nicht die Neuen bevorzugt wurden.“
(Interview Nr. 16: 93 - 98)*

Selbst wenn Journalisten für den gleichen Verlag arbeiten, heißt das nicht, dass sie es zu gleichen Bedingungen tun. So gibt es gravierende Unterschiede, ob man für die Haupt- oder Beilagenredaktion arbeitet oder in der Region für die Regionalausgaben tätig ist. Bei Letzteren wird deutlich weniger verdient. Diese Unterschiede führen auch zu differenzierten Interessenlagen und zu unterschiedlichen Handlungsoptionen, wie später noch gezeigt wird.

Generell lässt sich aber ausmachen, dass das Auftragsvolumen zurückging, während die Zahl der Selbstständigen in der Medienwirtschaft zunahm (vgl. Rehberg/Stöger 2004). Doch nicht alle leiden unter Auftragsmangel. Manche Verlage haben auch, um Kosten zu reduzieren, feste Stellen abgebaut und Aufgaben, die bislang von Angestellten innerhalb des Verlages erbracht wurden, nun nach außen an Selbstständige vergeben. Profitiert haben hiervon aber in erster Linie Selbstständige, die für den Auftraggeber bereits längere Zeit tätig waren. Von daher gab es auch durchaus Profiteure der Krise, die aufgrund der Krise mit verstärkten Aufträgen von Seiten der Verlage rechnen können.

Karin Bohne sieht sich nach wie vor in der glücklichen Situation, dass sie ihr Potenzial noch nicht ausgeschöpft hat:

„Ich für mich muss mal sagen, ich habe meine Akquisitionsreserven noch nicht ausgeschöpft, ja. Also ich könnte, wenn mir was wegbriecht, würde ich, glaube ich, trotzdem noch was kriegen.“ (Interview Nr. 15: 598 - 599)

Dennoch wird das Problem zunehmender Konkurrenz gesehen, was sich auch negativ auf die Honorare auswirken kann. Folge des Abbaues von Redakteurstellen ist auch, dass diese freigesetzten Redakteure z. T. zu Selbstständigen werden. Dies erhöht die Konkurrenz in den Bereichen, in denen das Auftragsvolumen unverändert blieb.

„Also ich, aber ich merke, der Druck steigt. Ja ach, wie soll ich sagen, es ist immer weniger Geld da, es sind immer mehr Leute da, die einem Konkurrenz machen und die günstiger sind, also die den Preis drücken. Ich denke, man muss immer wieder auf's neue entscheiden, was für eine Haltung man dann hat zu so einem Prozess. Also ob ich da versuche mitzugehen und mich dann selber ausbeute, nur um Arbeit zu haben (...).“ (Interview Nr. 15: 600 - 604)

Die finanzielle Situation ist sehr unterschiedlichen und auch wenig vergleichbar. Nicht alle leben in der „Sahelzone der Einkommen“ (Mirschel 2005), die meisten hatten jedoch große Einkommenseinbußen und mussten große Teile ihrer finanziellen Reserven aufbrauchen.

„Mir sind teilweise zwei Auftraggeber in der Woche weggebrochen. Also ich weiß noch, Anfang 2001, da hatte ich nach langem Baggern, hatte ich endlich mal ein Magazin, für das ich schreiben konnte und kurz vorher hatte ich ein weiteres, neues Magazin angegraben und für die was gemacht und das eine wurde am Donnerstag eingestellt und das andere am Freitag..“ (Interview Nr. 18: 39-43)

Die Akquisition von Neukunden gestaltete sich außerordentlich schwierig, bestehende Auftraggeber kündigten die Zusammenarbeit auf bzw. gingen selbst in die Insolvenz:

„Das letzte Jahr war ein richtiges Blutbad, da ging es uns ganz schlecht und wir sind froh, dass es uns noch gibt. Weil da teilweise auch die Kunden insolvent geworden sind, d. h. wir hatten auch noch Forderungsausfälle, das wir unser Geld nicht gekriegt haben, gleichzeitig kamen keine neuen Aufträge, weil gerade unsere Vermittler, die Werbeagenturen, denen ging es ja selber allen schlecht, sind teilweise Pleite gegangen.“ (Interview Nr. 06: 88 - 84)

Viele, die keinen festen Auftraggeber haben, haben mit dem Problem zu kämpfen, dass sie manchmal Wochen oder gar Monate ohne größeren Auftrag zubringen müssen. Die schwankende Auftragslage ist für viele Selbstständige eine Belastung. Das führt dazu, dass oftmals mehr gearbeitet wird, als man eigentlich will, weil immer die Angst im Nacken sitzt, dass kein neuer Auftrag mehr kommt, wenn man einen ablehnt.

„...wenn ich jetzt mal einen Tag, so wie heute, jetzt bin ich fast den ganzen Tag aus dem Büro weg, wenn ich jetzt nach Hause komme und es ist gar kein Anruf auf meinem Telefon, dann kriege ich schon ein bisschen die Krise.“ (Interview Nr. 15: 731 - 733)

Manche lernen mit der Unsicherheit umzugehen. Edgar Weber hat es im Laufe der Krisenjahre gelernt, mit unsicheren finanziellen Situationen umzugehen. Da es für ihn unabänderlich ist, lohnt es nicht, sich darüber aufzuregen.

„Es ist einfach so ein, ein bisschen auch Grundvertrauen, was sich bilden muss und dass man nicht denkt, jetzt ist mein Auftraggeber abhanden gekommen, um Gottes Willen, meine Welt bricht zusammen und jetzt werde ich meine Miete nicht mehr bezahlen können. Weiß ich nicht. Ich habe öfters gedacht in letzter Zeit, dass ich meine Miete nicht bezahlen kann, aber ich habe die dann doch immer noch bezahlt. Also ich glaube, da kommt man schon durch. Das geht schon.“ (Interview Nr. 18: 517 - 525)

Unabhängig von der konjunkturellen Situation betonen die meisten Selbstständigen die Bedeutung von Netzwerken. Diese sind für die Auftragsakquisition von erheblicher Bedeutung. Wichtig ist, dass man sich kennt, oder dass man jemanden kennt, der einen kennt.

Edgar Weber ist nach Hamburg gezogen, damit er eine größere Nähe zu potenziellen Auftraggebern hat.

„Ich bekomme die Aufträge, weil ich jemanden kenne, weil der jemanden kennt, der mich kennt, weil der über seinen Kollegen was von mir gelesen hat, was ihm wiederum gefallen hat. Das sind die Wege, wie man als freier Journalist zu einem Auftrag kommt. Man kann sich auch die Ohren heiß telefonieren und den Leuten irgendwelche Themen anbieten, wenn man da keinen kennt, ist das völlig nutzlos. Es läuft sowieso alles nur über Bekanntschaften, über Netzwerke. D. h. jede Möglichkeit, andere Leute kennen zu lernen in dem Bereich, ist auch eine Möglichkeit, irgendwann mal darüber Arbeit zu bekommen.“ (Interview Nr.18: 374 - 382)

Kontaktpflege und Kontaktaufnahme scheint in Zeiten neuer Medien für die Journalisten an Bedeutung gewonnen zu haben. In dem Lehrbuch von LaRoche ist in der Ausgabe von 1992 nachzulesen „Wer dem Rat des Reporters Egon Jameson folgt, der uns Jungen in den fünfziger Jahren predigte: ‚Lerne täglich drei neue Leute kennen‘ wird bald aufstocken müssen‘ (La Roche 1992: 55). In der Ausgabe von 2003 werden die Vorteile von mobile devices gepriesen, was dann in der Aussage mündet: „Wer dem Rat des Reporters Egon Jameson folgt, der uns Jungen in den fünfziger Jahren predigte: ‚Lerne täglich drei neue Leute kennen‘ ist mit einem ausbaufähigen Datenbank-Programm gut beraten (La Roche 2003: 56).

8.2.6 Soziale Sicherung

Das bundesdeutsche soziale Sicherungssystem basiert auf abhängiger Beschäftigung im so genannten Normalarbeitsverhältnis. Selbstständige (außerhalb der klassischen Freien Berufe) hingegen sind – bis auf wenige Ausnahmen – nicht in eine Pflichtversicherung gegen allgemeine Lebensrisiken wie Alter, Krankheit oder Erwerbslosigkeit einbezogen.⁶³ Dies zwingt die Selbstständigen zu einem „innovativen Risikomanagement“ (Haak 1999), denn im Gegensatz zu den Freien Berufen verfügen die meisten Selbstständigen über keine institutionalisierte Formen der sozialen Sicherung. Die Freien Berufe sind in Kammern organisiert, die einen gewissen Schutz vor Konkurrenz sichern. Den Vertretern der Freien Berufe ist es durch die Professionalisierung gelungen, für ihre Dienstleistung gute Preise zu erzielen, die sich in gesetzlichen Gebührentabellen niederschlagen, sowie regulierte Rahmenbedingungen, wie Marktzutritt, zu regeln (vgl. Gottschall/Betzelt 2001). Damit verfügen sie über eine bestimmte Regulationsmacht. All dies trifft für die neuen Selbstständigen nicht, bzw. nur zum Teil zu. Lediglich arbeitnehmerähnliche Selbstständige haben Anspruch auf Lohnfortzahlung oder Arbeitslosengeld.

⁶³ In den meisten europäischen Ländern existieren Pflichtvorsorgesysteme für Selbstständige (vgl. Nies/Pedersini 2003, Perulli 2003).

Hinsichtlich der sozialen Sicherung sind folgende Konstellationen typisch:

Ein Teil der Selbstständigen hat aufgrund früherer sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungszeiten Rentenansprüche erworben. Für Selbstständige, die publizistisch oder künstlerisch arbeiten, besteht eine Versicherungspflicht in der Künstlersozialkasse⁶⁴ (KSK). Beim dritten Typ basiert die soziale Sicherung allein auf privaten Vorsorgeleistungen. Beim vierten Typ findet aufgrund zu geringen Einkommens keinerlei soziale Sicherung statt.

Am besten sozial abgesichert und ausgestattet sind diejenigen, die aus der Festanstellung in die Selbstständigkeit wechselten und sich aus Zeiten der Festanstellung Anwartschaften erworben haben und deren soziale Sicherung damit über mehrere Bausteine verfügt. So sind fest angestellte Redakteure beim Presseversorgungswerk versichert.

„Also ich bin bei der KSK und da ich ja 15 Jahre fest angestellt war, ist meine BFA Rente gar nicht so schlecht, wahrscheinlich weil ich sehr gut verdient habe. Jetzt bin ich in der KSK und auch krankenversichert und dann habe ich noch die Pensionskasse der öffentlichen rechtlichen Rundfunkanstalten (...).“ (Interview Nr. 07: 330 - 333)

Selbstständige Medien- und Kulturschaffende, die journalistisch, schriftstellerisch oder künstlerisch tätig sind (nicht dagegen in produktionstechnischen Tätigkeiten), sind in der Künstlersozialkasse (KSK) pflichtversichert. Allerdings zeigen die von der KSK veröffentlichten Zahlen, dass auch dort – aufgrund der in der Regel schlechten Einkommenssituation während des Berufslebens – nur völlig unzureichende Versorgungsansprüche erreicht werden. Die Hauptbedeutung der KSK liegt in der Sicherung bei Krankheit, die Altersversorgung bleibt damit allerdings ungelöst.

Insbesondere die mangelnde finanzielle Absicherung im Alter ist ein zunehmendes Problem bei den Selbstständigen (vgl. Betzelt 2004). Für diejenigen, die auf keine Versicherungsleistungen aus einer früheren festen Anstellung zurückgreifen können, sieht die Situation sehr schwierig aus; insbesondere dann, wenn die finanziellen Reserven, die man gedanklich für die Altersversorgung reserviert hatte, in der Krise aufgelöst werden mussten, oder die Einnahmen so gering waren, dass an eine Rücklage für die soziale Sicherung nicht zu denken war.

⁶⁴ Die Künstlersozialkasse ist eine Besonderheit unter den Sozialversicherungssystemen für Selbstständige. Die 1983 gegründete KSK ist eine Pflichtversicherung für selbstständige Medien- und Kulturschaffende.

„Von dem, was ich bis jetzt in den letzten zwei, drei Jahren verdient habe, da ist keine Alterssicherung drin. Das geht nicht. War einfach nicht drin. Wenn sich die Einnahmenseite jetzt verbessert, werde ich natürlich zusehen, diesen Zustand zu ändern, würde ich sagen.“ (Interview Nr. 18: 140 - 143)

Viele Selbstständige verfügen deswegen über keine ausreichende soziale Sicherung. Eine Verbesserung lässt sich jedoch nicht, bzw. nur sehr bedingt, auf individuellem Wege erreichen: nur wer auf Dauer und verlässlich gut verdient, kann sich ausreichend individuell versichern. Gesetzliche Regelungen, wie z. B. die von Betzelt (2005) vorgeschlagene Pflichtversicherung für alle Selbstständigen, oder tarifliche Regelungen (wie die Presseversorgung) erfordern aber zunächst die Erkenntnis, dass es sich bei der Problematik der sozialen Sicherung für Selbstständige nicht um rein individuelle, sondern um strukturelle Probleme handelt. Auch um gesetzliche Regelungen zu erreichen ist eine kollektive Anstrengung erforderlich, zumindest als Lobbyarbeit, die gegenüber Parteien und Regierung und gegenüber der Öffentlichkeit Defizite benennt und Lösungswege aufzeigt – und die imstande ist, Druck aufzubauen auch gegenüber Interessengruppen, die Veränderungen ablehnen.

8.2.7 Fazit: Differenzierte Interessenlagen

Das Spektrum, in dem die Solo-Selbstständigen tätig sind, ist breit, von daher sind auch die Rahmenbedingungen und Interessenlagen sehr heterogen. Dennoch gibt es Politikbereiche, welche die Solo-Selbstständigen gleichermaßen, wenn auch in unterschiedlicher Form betreffen, wie am Beispiel des Urheberrechts noch gezeigt wird.

Gemeinsame Interessen bzw. Problemlagen werden von den Selbstständigen durchaus auch gesehen. Sie verstehen sich nicht nur als individualisierte Einzelkämpfer, sondern auch als vernetzte Individualisten. Die gemeinsamen Interessen beziehen sich beispielsweise auf transparente Honorarregelungen, so dass die Gefahr gegenseitigen Unterbietens nicht auftritt.

„Ja, natürlich, wir sprechen über die Preise. Insofern einfach alle um Aufträge kämpfen, also darum kämpfen Arbeit zu haben, ist das mit diesen Preisen ein schwierige Geschichte. Also diese 30,- Euro z.B. die ich jetzt so nenne, höre ich jetzt, dass das im Moment so ein ganz guter Verdienst. (Interview Nr. 04: 207 – 210)

Auch die Notwendigkeit kollektiver Regelungen steigt und wird gesehen. Dies hat mehrere Gründe: Zum einen ist die neue Selbstständigkeit auch ein Ergebnis der Arbeitsorganisation, was die Abhängigkeit gegenüber den Auftraggebern erhöht und die individuelle Marktposition der Selbstständigen verschlechtert. Not-

wendige Professionalisierungsstrategien für Selbstständige lassen sich allerdings nur kollektiv durchsetzen. Dies betrifft sowohl die soziale Sicherung, die Honorarbedingungen bzw. die Bedingungen für die Honoraraushandlung (wie sie Gegenstand der Reform des Urhebervertragsrechts waren), als auch die Bedingungen für berufliche Aus- und Fortbildung. Im Bereich der klassischen Freien Berufe wurde dies in einer historischen Entwicklung z. T. aus ständischen Organisationsformen erreicht. Für abhängig Beschäftigte ist dies in Klassenausinandersetzungen der Arbeiterbewegung erreicht worden.

Für die neue Selbstständigkeit fehlt es bislang an entsprechenden Erfahrungen und Ergebnissen – von einigen wenigen Ausnahmen abgesehen. Ein Beispiel hierfür ist die Reform des Tarifvertragsrechts. Als Ergebnis gewerkschaftlicher Lobbyarbeit konnte mit der Einfügung des § 12a TVG erreicht werden, dass auch für arbeitnehmerähnliche Freie Tarifverträge abgeschlossen werden können. Einschränkend gilt jedoch anzumerken, dass dies außerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fast keine Rolle spielt, da es in anderen Bereichen weitgehend an der entsprechenden Durchsetzungsmacht durch organisierte Interessenvertretung der Freien fehlt. Auch wenn gesetzliche Regelungen nicht im engeren Sinn Ergebnis kollektiven Handelns sind, zeigen diese Beispiele, dass gesetzgeberisches Handeln zunächst eine kollektive, gesellschaftliche Formulierung von Problemlagen erfordert. Dies bedeutet im vorliegenden Falle, dass es den neuen Selbstständigen beispielsweise gelingen muss, die Problematik mangelnder sozialer Sicherung als gesellschaftliche Probleme zu definieren. Nur wenn es den neuen Selbstständigen gelingt, ihre Probleme und Problemlagen nicht als individuelle sondern als kollektive zu begreifen und zu formulieren, ist eine Verbesserung ihrer rechtlichen und sozialen Situation zu erreichen.

Wichtiger Bestandteil des professionellen Lebens für Solo-Selbstständige sind ihre Netzwerke. Im Umgang mit Unsicherheiten können Netzwerke als alternative Sicherheitsstrategie interpretiert werden. Je vielfältiger die Netzwerkkontakte, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass man sich die geeignete Unterstützung organisieren kann.

„Ich nutze dann eher so diese ganz profanen Dienstleistungen oder Netzwerke in dem Sinn, dass ich sage ich brauche Ansprechpartner für irgendjemanden oder habt ihr mit dem schon mal Erfahrungen gemacht. So das man sagen kann, wie ist die Produktionsfirma, wer von euch hat mit der schon gearbeitet und wie sind die so. Also das man sich da irgendwie drüber austauscht.“ (Interview Nr. 05: 493 – 497)

Aufgrund der räumlichen Entgrenzung ist die Frage der Erreichbarkeit für kollektives Handeln ein Problem. Virtuelle Netzwerke sind hier eine Möglichkeit die räumlichen Distanzen zu überwinden. Inwieweit virtuelle Netzwerke aktiv genutzt

werden hängt nicht nur vom Zugang, sondern auch von den Nutzungsweisen netzbasierter Kommunikation ab. Im folgenden werden deshalb vier Typen vorgestellt, die das Internet bzw. netzbasierte Kommunikation auf unterschiedliche Weise nutzen.

8.3 Typologie der Internetnutzung

Im Zentrum der nachfolgenden Typologie steht die Frage nach der Nutzung und Bedeutung netzbasierter Kommunikation für die befragten Selbstständigen. Zentrale Fragen bei der Interviewführung bezogen sich dabei auf die Technikausstattung und -nutzung, auf die virtuelle Vernetzung und auf gemeinsame Interessen von Selbstständigen.

Selbstständige nutzen die Möglichkeiten neuer Kommunikations- und Informationstechnologien in unterschiedlicher Weise, was auch Auswirkungen auf die virtuelle Erreichbarkeit bzw. die Nutzung virtueller Netzwerke hat:

Investigators⁶⁵ nutzen das Internet als riesigen Datenpool und als *Informations- und Rechercheinstrument*. Das Internet erscheint wie ein großer Werkzeugkasten, mit dem alles Notwendige recherchiert werden kann. Darüber hinausgehende Nutzungen spielen dagegen eine untergeordnete Rolle. Auch für die Akquisition beruflicher Aufträge werden das Netz und Netzkontakte kaum genutzt. Kommunikation bedeutet für Investigators in erster Linie Face-to-Face-Kontakt. Kommunikation und Vernetzung mit anderen meint immer den direkten Kontakt. Netzbasierte Kommunikation ist nahezu bedeutungslos. Mailinglisten werden – falls überhaupt abonniert – pragmatisch zur Informationsbeschaffung genutzt. Weitergehende soziale Vernetzungsaspekte im Netz spielen keine Rolle.

Communicators nutzen das Internet sowohl als Informations- und Rechercheinstrument als auch als *Kommunikationsmittel*. Das Internet wird hier nicht mehr zum Datenpool reduziert, vielmehr wird es auch als Kommunikationsmittel genutzt. Dies bedeutet allerdings nicht, dass „herkömmliche“ Kommunikationsformen, wie der Brief, das Fax oder das Telefon vollkommen durch virtuelle Kommunikation ersetzt werden. Vielmehr wird virtuelle Kommunikation additiv eingesetzt und genutzt. Virtuelle Vernetzungen haben allerdings keine Bedeutung. Mailinglisten

⁶⁵ Die Typologie wurde erstmals für einen Vortrag in Großbritannien (Congress of the International Geographical Union: Mobilities, Materialities, and Cities: the arts of dwelling in a mobile world, 15 – 20 August 2004, Glasgow) ausgearbeitet und anschließend beibehalten, nicht zuletzt deswegen, da dies die Chance einer geschlechtsneutralen Darstellung bot.

werden in erster Linie passiv genutzt, um auf dem Laufenden zu bleiben. Aktive Vernetzung wird nicht betrieben. Netzbasierte Kommunikation wird auch zur Akquisition genutzt, da Aufträge in erster Linie über private und berufliche Kontakte realisiert werden.

Virtual Networkers nutzen das Internet als Informations- und Rechercheinstrument, als Kommunikationsmittel und als *Vernetzungsinstrument*. Sie organisieren ihre sozialen Beziehungen bevorzugt über das Netz. Virtuelle Kontakte werden Face-to-face-Kontakten vorgezogen. Virtual Networkers ersetzen geografische Bewegung bzw. reale Treffen durch Treffen im Netz. Diese Netzkontakte werden als ursprünglicher erlebt, da weitere persönliche Merkmale keine Rolle spielen. Realweltliche Kontakte werden durch virtuelle Kontakte ersetzt, die als intensiver erlebt werden. Virtual Networkers sind damit das Gegenmodell zum Investigator, der soziale Kontakte bevorzugt Face-to-face pflegt.

Networked Individualists nutzen das Internet wie die virtual Networkers ebenfalls als Informations- und Rechercheinstrument, als Kommunikationsmittel und als *Vernetzungsinstrument*. Soziale und virtuelle Netzwerke werden zu einem Mix zusammengeführt und strategisch genutzt. Durch die Vernetzung fließen Informationen und Kontakte und auch neue Möglichkeiten und Optionen wieder zurück. Dadurch wird soziales Kapital ausgebaut. Durch die Vernetzung organisieren sich die Netzwerker soziale Beweglichkeit. Kontakte werden aufgebaut und vernetzt und zwar sowohl real wie virtuell. Soziale und virtuelle Netzwerke verschmelzen zu einem Netzwerk, in dem nicht zwischen realen und virtuellen Kontakten unterschieden wird.

Beschäftigt man sich mit Fragen kollektiven Handelns im Netz, so stellt sich als Erstes die Frage der virtuellen Erreichbarkeit als Grundvoraussetzung. Wie erreicht man Selbstständige im Netz? Es ist unmittelbar einleuchtend, dass die Erreichbarkeit für kollektives Handeln im Netz stark von den unterschiedlichen Nutzungsformen abhängig ist. So ist der Networker, der das Netz sowohl zu Kommunikations- wie auch Vernetzungsstrategien nutzt, besser erreichbar als der Investigator, dessen Tätigkeiten sich im Netz in erster Linie auf Recherchetätigkeiten beschränken. Dies heißt jedoch nicht, dass der Investigator nicht für kollektive Handlungen zugänglich wäre. Allerdings benötigt man dafür noch andere Kanäle, oder scapes, um mit Urry (2003) zu sprechen.

Zur Verdeutlichung der unterschiedlichen Nutzungstypen werden diese im Folgenden ausführlicher dargestellt.

8.3.1 Investigator

Matthias Berner ist 39 Jahre alt, seit ca. 20 Jahren verheiratet und hat 2 Kinder (14 und 15 Jahre alt). Zusammen mit seiner Familie lebt der in einem Eigenheim in Oststadt. Seine Frau ist Grafikerin und seit Jahren arbeitslos, wodurch er zum Hauptnährer der Familie wurde.

Matthias Berner ist in Oststadt geboren und aufgewachsen. Seine Mutter war in der ehemaligen DDR als Lehrerin tätig, der Vater als Elektriker. Als Arbeiterkind hätte er die Möglichkeit gehabt zu studieren, er zog jedoch eine Berufsausbildung zum Elektriker vor. Nach Abschluss der Ausbildung arbeitete er als Produktionsassistent beim staatlichen Rundfunksender in Oststadt. Als er sich auf eine Leitungsfunktion bewarb, wurde er abgelehnt, da er kein Mitglied der SED war und sich auch weigerte Mitglied zu werden. Daraufhin verließ er den Sender und hielt sich mit diversen Jobs über Wasser.

Zur beruflichen Absicherung und zum Aufbau eines weiteren beruflichen Standbeines machte er sein Hobby zum Beruf und begann an der Abendschule Musik zu studieren. Das Studium beendete er 1989, nach der Wende bis Mitte der 90er Jahre war er ausschließlich als freiberuflicher Musiker tätig.

Tätigkeitsschwerpunkte

Seit 1996 arbeitet Matthias Berner als Aufnahmeleiter bei einer Sendeanstalt in Oststadt. Als Aufnahmeleiter koordiniert er zusammen mit Regie und Redaktion Fernsehsendungen. Hauptsächlich arbeitet er für die Produktion einer Kultursendung, die wöchentlich ausgestrahlt wird. Ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt im Organisieren von Interviewpersonen, Requisiten, Drehgenehmigungen, im Bereitstellen des technischen Equipments usw. Damit ist er für alle organisatorischen Tätigkeiten bei einer Produktion zuständig.

Er ist als arbeitnehmerähnlicher Selbstständiger beschäftigt, d. h. der Sender ist sein Hauptauftraggeber. Darüber hinaus ist er noch in einem kleineren Umfang als Musiker tätig. Gemeinsam mit anderen festen Freien hat er ein Büro im Sender. Matthias Berner nutzt im Sender das Gemeinschaftsbüro und arbeitet nahezu täglich dort. Seine Arbeitszeiten im Sender gleichen ziemlich denen der fest Angestellten.

Techniknutzung und netzbasierte Kommunikation

Wenn Matthias Berner morgens in den Sender kommt, schaltet er zuerst den PC ein und fährt den Explorer hoch. Dann wird für die Produktion das Notwendige recherchiert.

„Für meine Arbeit ist das Internet unabdingbar, es ist das absolute Werkzeug. Was der Werkzeugkasten für den Elektromonteur ist, ist für mich das Internet.“ (Interview Nr. 13: 532- 534.)

Das Internet ist für Matthias Berner das zentrale Arbeitsmittel für seine Tätigkeit als Aufnahmeleiter. Die gesamten Recherchen, sei es die Suche nach einer Telefonnummer oder eine Anfahrtsbeschreibung für einen Drehort, werden über das Internet erledigt.

„Ich habe immer drei Ebenen offen, drei Internetebenen parallel offen. Auf der einen Seite kann ich Telefonnummern, auf der anderen Seite im Stadtplan suchen und auf der nächsten Seite kann ich nach einem Namen suchen. Das kann ich alles parallel machen, wenn es darauf ankommt.“ (Interview Nr. 13: 534 - 538).

Das wichtigste Kommunikationsmittel ist jedoch nach wie vor das Telefon, da es Kommunikation in Echtzeit ermöglicht. Der direkte Kontakt über das Telefon ist sehr wichtig:

„(...) ich muss ja wirklich mit den Leuten sprechen, mich rückversichern überall, Nachfragen, Genehmigungen, wie auch immer usw. Dort ist wirklich das Telefon das erste Kommunikationsmittel und dann wird es papiermäßig immer noch abgesichert über das Faxgerät. Die wenigstens sagen: schick mir eine Email. Das sind nicht so viele. Die meisten wollen ein Fax haben. Man will ein Papier und will das in den Ordner legen können.“ (Interview Nr. 13: 577- 582.)

Netzbasierte Kommunikation spielt kaum eine Rolle. Mit Email wird in seinem Bereich noch nicht viel gearbeitet, notwendige schriftliche Absprachen und Fixierungen werden nach wie vor mit dem Fax erledigt.

Mailinglisten spielen ebenfalls eine sehr untergeordnete Rolle. Er hat zwar einige Mailinglisten abonniert, in denen er aber weder aktiv ist, noch nutzt er sie aktiv für seine Arbeit. Er benötigt sie lediglich, um über relevante Termine, Seminare oder andere Aktivitäten informiert zu werden.

Auch privat nutzt er das Internet nur zu Informationszwecken, zum Nachschlagen von Kinoprogramm, Veranstaltungshinweisen oder Busfahrplänen. Netzbasierte Kommunikation ist auch privat für Matthias Berner bedeutungslos, er pflegt auch keine Kontakte über das Netz, schreibt auch nahezu keine Emails an Freunde. Kommunikation bedeutet immer direkten Kontakt, am besten Face-to-Face-Kontakt: Das persönliche Gespräch, das „In-die-Augen-gucken“ ist ihm sehr wichtig. Seine Freunde und Bekannte sind vor Ort, von daher sieht er auch keine Notwendigkeit, den Kontakt netzbasiert zu pflegen, da man sich jederzeit auch sehen kann.

Soziale Netzwerke und soziale Verortung

Das Zentrum seines beruflichen wie sozialen Lebens ist Oststadt. Dadurch, dass er sein ganzes Leben in Oststadt verbracht hat, kennt er sehr viele Menschen dort. Das ist ihm wichtig. Er fühlt sich mit der Stadt und den Leuten, deren Mentalität er schätzt, sehr verbunden. Oststadt ist seine Heimat. Er kann sich nicht vorstellen, an einem anderen Ort als Oststadt zu leben.

„Ich bin hier fest verwurzelt. (...) die Leute, sind wiederum in Räumen, in denen ich mich wieder zu Hause fühle und so kommt eins zum anderen. Ich kann mir das überhaupt nicht vorstellen woanders zu leben, weil dort ist das alles nicht vorhanden, dieses Netz, diese Menschen; diese Verbindungen und auch der Geruch.“ (Interview Nr. 13: 497 - 502)

Seine Sozialkontakte beziehen sich ausschließlich auf Oststadt, er hat keine Freunde und kaum Bekannte außerhalb.

„Ich muss jetzt überlegen, aber eigentlich habe ich in keiner Stadt jemanden wo ich sagen kann, bei dem könnte ich übernachten. Das stimmt, das habe ich nicht.“ (Interview Nr. 13: 995 - 998)

Zentral für ihn ist die Verwurzelung mit seiner Heimatstadt Oststadt. Seine Familie und Verwandtschaft leben ebenfalls in Oststadt. Er liebt es, durch die Stadt zu gehen und von vielen Leuten gekannt und begrüßt zu werden. Die Stadt zu verlassen käme unter keinen Umständen in Frage.

„Ich wollte hier nicht weg. Das ist meine Heimat. Ganz wichtig!“ (Interview Nr. 13: 477)

Matthias Berner gewinnt seine Kraft aus der Konzentration auf räumliche und soziale Nähe. Soziale Nähe ist bei ihm immer auch mit räumlicher Nähe verbunden. Sein Netzwerk ist sehr dicht, aber begrenzt auf die Stadt, in der er lebt. Über seine Heimatstadt hinaus hat er kaum Kontakte, weder privat noch professionell. Für seine berufliche Situation ist das so lange kein Problem, als er für seinen Hauptauftraggeber tätig sein kann. Sollte aus irgendwelchen Gründen die Zusammenarbeit in der Zukunft scheitern, verfügt er über keine Netzwerke, die dann stabilisierend wirken könnten. Denn in seiner Heimatstadt gibt es für ihn neben dem Hauptauftraggeber keine weiteren Beschäftigungsmöglichkeiten.

Neben seiner Tätigkeit als Aufnahmeleiter engagiert sich Matthias Berner im Sender als Freienvertreter. Gemeinschaftlich handeln heißt für Matthias Berner sowohl räumliche Verortung als auch Face-to-Face-Kontakte. Da sich die Vertretung der Interessen auf einen gemeinsamen Auftraggeber bezieht, ist das Interessenhandeln logischerweise auf Oststadt bezogen. Die festen Freien arbeiten im gleichen Büro und können von daher persönlich angesprochen werden. Netz-

basierte Kommunikationsformen könnten hier unterstützend wirken, sie werden aber nicht wirklich gebraucht.

8.3.2 *Communicator*

Kurt Holzmann ist freier Nachrichtenjournalist, 35 Jahre alt und lebt alleine am Stadtrand von Berlin. Er ist in Berlin geboren und aufgewachsen, hat dort Abitur gemacht und anschließend begonnen Volkswirtschaft zu studieren. Das Studium hat er allerdings noch vor dem Vordiplom abgebrochen, was damit zusammenhängt, dass er bereits begonnen hatte, freiberuflich zu arbeiten.

Den Weg in die Selbstständigkeit beschreibt er als stark zufällig: Neben seinem Studium hat er bei verschiedenen Großveranstaltungen als DJ gearbeitet. Als Anfang der 90er Jahre ein regionaler Musiksender begründet wurde, hat er für diesen Musiksendungen moderiert. Allerdings hat das nicht lange funktioniert, da der Musiksender keine Gewinne erwirtschaftete und er in der Folge für seine Moderationen nicht bezahlt wurde. Ergebnis dieser ersten negativen freiberuflichen Erfahrung war allerdings, dass er dadurch festgestellt hatte, dass ihm das moderieren großen Spaß macht. Von daher beschloss er sich dahin gehend beruflich zu orientieren und hat sich entsprechend informiert:

„Und dann habe ich 1991 eine Anzeige gesehen im Tipp, dass ein Nachrichtensender aufmacht und die suchen Sprecher, die auch Fremdsprachen können. Da ich gut englisch spreche und französisch Leistungskurs hatte, nach dem Abitur drei Monate in Frankreich war, sprach also auch halbwegs französisch und habe mich dann da beworben. Die haben mich dann angehört, Sprechprobe und so und haben mich dann sofort genommen. Da habe ich dann als Wetter-Sprecher angefangen.“ (Interview Nr. 15: 94 – 100)

Da er keine einschlägige Ausbildung als Journalist hatte, hat er sich in dem Sender mit „learning by doing“ ständig weiterentwickelt und sich so im Laufe der Zeit für seine jetzige Tätigkeit als Autor von Nachrichtensendungen qualifiziert. Mitte der 90er hat er den Sender verlassen und ging nach Bielefeld, wo ihm eine Festanstellung bei einer regionalen Fernsehanstalt angeboten wurde. Dies war für ihn eine große Karrierechance, weswegen er Berlin verließ und nach Bielefeld zog. Seine Wohnung in Berlin hat er aber weiterhin behalten, da er die Nähe zu seinen Freunden und zu seiner Familie nicht aufgeben wollte. Die Festanstellung war für ihn auch eine Chance zur Weiterqualifizierung, da er dort nicht nur als Sprecher, sondern als Nachrichtenjournalist tätig war, d.h. er war für die Herstellung von regionalen Nachrichtenbeiträgen vollständig verantwortlich. Allerdings hat er sich in Bielefeld nicht sonderlich wohl gefühlt und seine dortige Tätigkeit entsprach auch nicht seinen Vorstellungen.

„ (...) ich musste ja als Festangestellter auch durch die Regionalstudios wandern, also wenn da jemand ausfiel oder wenn es wichtig wurde, dann bin auch in ein Regionalstudio und habe dort Hintergrundberichte über die Schweinepest gemacht, was einem als Großstadtkind so ein bisschen die Vorstellung sprengt, da musste ich mich mit vielen Dingen beschäftigen, die mir einfach scheißegal waren.“ (Interview Nr. 12: 198 – 206)

Als die Hauptstadtentscheidung für Berlin fiel, gab er seine Festanstellung auf, da sich nunmehr auch größere Chancen für freie Journalisten in Berlin boten. Seit er die Provinz verlassen hat, ist er in Berlin als fester Freier mit einem Rahmenvertrag für einen Regionalsender tätig und ist dort für Nachrichtensendungen zuständig.

Tätigkeitsschwerpunkte

Kurt Holzmann ist das, was man einen „rasenden Reporter“ nennt. Er berichtet aus der Region über aktuelle Themen aus Wirtschaft und Politik. Ähnlich wie ein Filmemacher ist er für die vollständige Nachrichtensendung verantwortlich. Die Nachrichten werden meist vor Ort gedreht, d.h. er ist sehr viel in der Region unterwegs. Er reist im Team, zusammen mit einem Kameramann und einem Techniker, die er koordinieren und anweisen muss:

„Ich bin derjenige, der die Bilder organisiert, ich sage dem Kameramann, was er drehen soll, ich schneide die Geschichte nachher auch zusammen, das geht alles über meine Anweisungen, also in dem Sinne bin ich der, der den kompletten Film macht, nur dass es eben Nachrichtenlänge hat von zwei Minuten dreißig, sechs Minuten, acht Minuten und kein neunzig Minuten ist.“ (Interview Nr. 12: 7 - 11)

Aufgrund der notwendigen Berichterstattung ist Kurt Holzmann ständig unterwegs, da er die Sendungen immer vor Ort dreht. Das „Markenzeichen“ von Kurt Holzmann als Selbstständiger sind seine Schnelligkeit und Flexibilität. Dies hat für den Sender den Vorteil, dass er immer greifbar ist und jederzeit für eine kurzfristige Reportage aktiviert werden kann.

„Weil durch meinen Job ist das eigentlich auch so, es kommt immer darauf an, ich werde viel angerufen, das liegt aber auch ein bisschen daran, weil ich meine Vorteile kann ich selbstbewusst sagen, ich bin wahnsinnig schnell und das ist ein bisschen das Ticket auf dem ich fahre bei meinem Sender, also wenn irgendwas schnell gemacht werden muss oder intensiv recherchiert werden muss, wir brauchen es aber schon morgen, dann rufen sie mich an.“ (Interview Nr. 12: 312 - 315)

Dass er seine Arbeiten relativ kurzfristig organisieren muss, private Pläne dabei oft über den Haufen geworfen werden, bzw. er privat erst gar nicht länger plant,

scheint für ihn kein Problem zu sein. Er beschreibt vielmehr, dass ihm diese Lebensweise auch ganz gut gefällt und er sie jeglicher Routine vorziehen würde.

„Und ich mag das eigentlich auch ganz gerne, das entspricht so meiner Persönlichkeit. Die rufen an und sagen, wir brauchen was für morgen Abend, das ist aber eine schwierige Geschichte. Dann frage ich wo, mache nichts anderes anderthalb Tage, liefern was Gutes ab und falle dann erschöpft ins Sofa.“ (Interview Nr. 12: 317 - 321)

Techniknutzung und netzbasierte Kommunikation

Kurt Holzmann ist aufgrund seiner Tätigkeit als regionaler Nachrichtenredakteur viel unterwegs. Von daher ist mobile Kommunikation für ihn von großer Bedeutung. Zentral für sein berufliches Leben sind seine Kontakte, über die er sich schnell Informationen einholen, Interviewpartner finden oder über bestehende Kontakte an weitere Personen weitergereicht wird. Dies verkürzt seine Recherchezeiten enorm, was aufgrund der Aktualität von Nachrichtensendungen außerordentlich wichtig ist. Die Kontaktpflege ist darüber hinaus wichtig, weil er über seine Kontakte auch an interessante Themen kommt. Wenn in der Region etwas passiert, wird er von Personen oder von Organisationen, die ihm nahe stehen, auch über Neuigkeiten auf dem Laufenden gehalten.

„Und deswegen werden Kontakte immer wichtiger, weil ich freue mich immer total, wenn ich abends in mein Mailfach gehe, ich bin ja in einigen Verteilern drin und eine Initiative, die sich mit Leuten beschäftigen, die unter rechter Gewalt leiden, die schicken mir wieder eine Nummer und sagen hier ist wieder eine interessante Geschichte (...). Und weil ich mit denen viel zusammenarbeite ist das so, wenn ich so was lese, freue ich mich total, weil das sind einfach gute Sachen, die kein Anderer hat. Und wenn ich das vorschlage, dann kommt man damit durch und deswegen werden diese Geschichten immer wichtiger.“ (Interview Nr. 12: 906 - 915)

Seine gesamten Kontakte organisiert er über sein mobiles Büro, mit dem er telefonieren, faxen, SMSen oder im Internet surfen kann. In seinem mobilen Büro hat er alle relevanten Kontakte gespeichert, die er für seine Recherchen benötigt und über das er schnell Ansprechpartner finden oder via Internet den Stadtplandienst aktivieren kann, wenn er an einen unbekanntem Ort in der Region muss

„Ich lebe ja davon, dass ich Leute kenne und wenn ich weiß ich habe vor einem dreiviertel Jahr mal einen Beitrag mit einem Wirtschaftsanwalt gemacht, der sich im Insolvenzrecht gut auskennt und ich rufe in dem Büro an und die sagen der ist unterwegs und ich darf die Handynummer nicht rausgeben und ich habe die aber noch von ihm, weil ich eine Riesendatenbank mit Leuten drin haben.“ (Interview Nr. 12: 767 - 771)

Durch sein mobiles Büro ist er ständig erreichbar, egal wo er sich aufhält. Darüber pflegt er in erster Linie seine beruflichen Kontakte. Während er unterwegs ist, kümmert er sich kaum um seine privaten Kontakte, denn sein Arbeitstag ist dafür zu stressig.

Netzbasierte Kommunikation spielt dennoch beruflich wie auch privat nur eine geringe Rolle. Er nutzt das Internet fast ausschließlich zu Informationszwecken um sich für seine Tätigkeiten in der Region vorzubereiten.

„Einer meiner häufigsten Adressen ist Stadtplandienst.de, weil da alle großen deutschen Städte drin sind. Da kann man gleich gucken, wo ist das, wie komme ich da hin, wenn ruf ich da an, was gibt es da. Diese einfachen schnellen Fragen werden durch das Internet gut beantwortet.“ (Interview Nr. 12: 671 - 674)

Email oder Mailinglisten nutzt er wenig, bzw. vorwiegend zu Informationszwecken. Sein wichtigstes Kommunikationsmittel ist das Telefon. SMS und Email werden in erster Linie zur Terminvereinbarung genutzt:

„Also ich bin eher, SMS oder kurze Mail und dann verabredet man sich für einen Zeitpunkt, das kann auch vierzehn Tage später sein, aber das sehen wir uns dann oder da telefonieren wir dann mal ausgiebig. Also so richtig viel Mailkontakt also nein nicht so richtig.“ (Interview Nr. 12: 822 - 825)

Soziale Netzwerke und soziale Verortung

Eine kontinuierliche Pflege seiner privaten Kontakte ist ihm kaum möglich. Zum einen ist er sehr viel unterwegs, zum anderen ist sein Arbeitsdruck sehr hoch, so dass er auch Zeiten hat, in denen er niemand sehen will.

„Wenn ich eine Geschichte recherchiere führe ich sechzig, siebzig, achtzig Telefonate am Tag, also das sind zweiundeinhalb Stunden telefonieren durchgehend, plus hingehen, überzeugen, dass sie vor die Kamera sollen, Interviews führen, zurückfahren, angucken, schneiden mit Cuttern, Aufnahmeleitung, das ist einfach Terror, kurzfristig ganz hoch und dann brauch ich irgendwo einfach auch mal meine Tage, wo ich ganz unten bin und wo ich einfach nicht bin, das ufert so aus, dass ich teilweise nicht die Tür aufmache, also wenn es klingelt, sag ich mir, das ist mir jetzt scheißegal wer es ist, ich will jetzt einfach hier liegen und nichts tun und nichts denken.“ (Interview Nr. 12: 365 – 373).

Diese Schnelligkeit und Flexibilität, die ihm keine längerfristige Planung ermöglichen, hat auch Auswirkungen auf seine sozialen Beziehungen. Er lebt seit geraumer Zeit alleine, was er mit seinem unstillen Leben in Zusammenhang bringt:

„ ...ich habe keine Kinder und auch seit einigen Jahren keine feste Beziehung mehr gehabt, was glaube ich auch so ansatzweise, aber das ist genau so an diesen Dingen gescheitert. Weil, es fällt mir immer schwer, das nervt auch immer Freunde von mir, ich kann halt schwierig Zusagen machen und wenn die fragen, wir wollen in drei Wochen mal für vier Tage an die Ostsee, hast du Bock mitzukommen, ist meine Standardantwort, frag mich am Tag zu vor noch mal. (Interview Nr. 12: 306 – 311)

Auffällig ist, dass seine Freunde ebenfalls Selbstständige sind, oder Berufe haben, die ebenfalls eine hohe Mobilität aufweisen. Sein bester Freund ist Flugbegleiter. Die Zeiten, in denen sie sich sehen, sind wenige, von daher wird der Kontakt auch mit SMS und per Email aufrechterhalten.

„Einer meiner besten Freunde ist Flugbegleiter, der hat im Prinzip genau den gleichen Job, also der ist auch vierzehn Tage lang komplett weg und dann mal vier Tage hier und in den vier Tagen machen wir teilweise auch lange Touren, Ausflüge irgendwas sehen uns richtig lange, haben uns dann auch viel zu erzählen und dann sieht man sich halt wieder ein paar Wochen gar nicht.“ (Interview Nr. 12: 346 – 350)

Kurt Holzmann versucht seine sozialen Kontakte zu pflegen, auch wenn er sich nicht in Berlin aufhält. Dies gibt ihm ein Gefühl der Ruhe und Sicherheit in seinem mobilen Leben:

„wenn ich jetzt in Frankreich war oder wenn ich da war oder dort war, auch wenn ich da im Hotel gesessen habe ich habe trotzdem mit meinen Freunden telefoniert, Dinge gemacht, ich bin bei mir dann, ich bin nicht so aus der Bahn.“ (Interview Nr. 12: 1004 – 1026)

Kurt Holzmann verfügt über viele Kontakte sowohl beruflicher, wie auch privater Natur. Die Kontakte sind allerdings weniger als Netzwerk zu sehen, sondern als einzelne Kontakte, in dem er das Zentrum darstellt. Die Kontakte laufen sozusagen sternförmig auf ihn zu, organisiert durch sein mobiles Büro. Vernetzungsaktivitäten spielen deshalb keine Rolle, er braucht einzelne Kontakte, die er in speziellen Situationen für sich aktivieren kann. Netzwerke spielen dann eine Rolle, wenn er über den Kontakt beispielsweise an weitere Kontaktpersonen weitergereicht wird. Kommunikation findet in erster Linie face-to-face statt. Er liebt es Freunde in seine Wohnung einzuladen und für sie zu kochen. Der Kontakt zu entfernteren Freunden wird per Telefon aufrechterhalten. Ähnlich wie der Investigator nutzt auch der Communicator das Internet als reines Rechercheinstrument. Er unterscheidet sich allerdings dadurch von ihm, dass er für seine Kommunikation verstärkt auch auf neue Technologien zugreift. Die Vernetzung von Kontakten ist für ihn allerdings bedeutungslos.

8.3.3 *Virtual Networker*

Irmgard Schick ist 50 Jahre alt. Sie ist alleinerziehend und lebt mit ihrer fast volljährigen Tochter in einer norddeutschen Kleinstadt. Geboren ist sie im Rheinland. Ihre Eltern besaßen dort eine kleine Textilfabrik, in der sie die kaufmännische Leitung übernehmen sollte. Deshalb hat sie auf Wunsch der Familie Jura studiert. Das Studium entsprach jedoch nicht ihren Vorstellungen, weswegen sie es abgebrochen hat.

„Habe mich acht Jahre damit rumgequält, war auch im ersten Staatsexamen, bin durchgefallen und habe dann gesagt, „na ja erst recht, jetzt zeige ich es denen“ und nach einer Woche habe ich gedacht „sag mal, bist du eigentlich bekloppt? Das ist nie dein Wunsch gewesen. Das bist du nicht. Stopp! Aus! Schluss!“ (Interview Nr. 20: 157- 160)

Nach Abbruch des Studiums war sie bei verschiedenen Notaren als kaufmännische Angestellte tätig. Als sie mit ihrer Tochter schwanger wurde, hat sie ihre Stelle aufgegeben und zog zu ihrem Lebensgefährten nach Norddeutschland. Bis ihre Tochter fünf Jahre alt war, war sie nicht berufstätig. Als beruflichen Wiedereinstieg begann sie eine Ausbildung zur EU-Sprachensekretärin. Nach Beendigung der Ausbildung trennte sie sich von ihrem Lebensgefährten. Da sie nunmehr alleinerziehend war, konnte sie nur noch Teilzeit arbeiten, was sie als „einzige Odyssee“ beschrieb, da sie als Teilzeitbeschäftigte nicht die qualifizierten Stellen bekam, die sie wollte. Daraufhin beschloss sie im Rahmen eines Fernstudiums eine Onlineweiterbildung zur Telearbeiterin zu absolvieren. Dort hat sie sich in allen gängigen Microsoft Anwendungsprogramme qualifiziert und einen HTML-Einführungskurs gemacht. Während dieser Weiterbildung stellte sie fest, dass ihr der Umgang mit Technik Spaß macht und sie sich die Technik auch mühelos aneignen kann.

Tätigkeitsschwerpunkte

Seit Ende 2000 arbeitet Irmgard Schick selbstständig im Bereich Online-marketing. Sie hat sich aus der Arbeitslosigkeit mit Unterstützung des Arbeitsamtes, das ein Überbrückungsgeld gewährte, selbstständig gemacht. Ihr Arbeitsgebiet ist die Erstellung von Seiten für Internetshops, d. h. sie macht Websites für Kunden, die im Internet verkaufen. Dazu gehört das Webdesign, die Erstellung von Redaktionssystemen sowie das Internetmarketing. Sie hat sich damit in einer Männerdomäne selbstständig gemacht, denn sie macht den technischen Bereich der Internetshops. Für das Design arbeitet sie mit einem Webdesigner zusammen, den sie bei der Onlineweiterbildung kennen gelernt hat und der ihr auch zum ersten freiberuflichen Auftrag als Internetshop-Herstellerin verhalf.

Netzbasierte Kommunikation und Techniknutzung

Onlinemarketing ist ein Produkt neuer IuK-Technologien. Von daher sind der PC und das Internet zentrales Arbeits- und Kommunikationsmittel.

„Der PC ist mein Arbeitsgerät. Seiten werden designt auf dem Rechner, sie werden auf dem Rechner programmiert, Shops werden auf dem Rechner gebaut, Seitenoptimierung wird am Rechner gemacht, Emails werden geschrieben. Das passiert alles mit dem PC.“ (Interview Nr. 20: 583 - 586)

Irmgard Schick ist eine Netzwerkerin. Ihre Kontakte stellt sie in erster Linie über das Netz her. Im Rahmen ihrer beruflichen Selbstständigkeit hat sie verschiedene Mailinglisten abonniert. Eine zentrale Mailingliste ist die der Seitenoptimierer,⁶⁶ eine Gruppe, die sie seit ihrer Weiterbildung kennt.

„Da hat sich eine Gruppe im Internet zusammengefunden, die seit einem Jahr im Internet zusammen ist mit so einer Mailingliste und das muss ich echt zum Internet sagen: Auf der einen Seite wird es anonym, auf der anderen Seite lernt man ganz viele Leute kennen und das Netz ist freigiebig“ (Interview Nr. 20: 628)

In dieser Liste werden sehr viele technische Details ausgetauscht und verhandelt. Mit den Teilnehmern der Liste fühlt sich Irmgard Schick auch persönlich stark verbunden, obwohl sie die Listenteilnehmer nicht persönlich, sondern nur über das Netz kennt. In der Liste findet ein reger fachlicher Austausch statt, was ihr sehr wichtig ist. Die Offenheit des Netzes kommt ihr dabei sehr zugute, da dort sehr frei mit Wissen und Know-how umgegangen wird.

„Das ist ein ständiges Geben und Nehmen. Und man profitiert so viel davon. Also ich kann nur sagen, das ist eine ganz andere Art von Selbstständigkeit und von Freigiebigkeit.“ (Interview Nr. 20: 641- 643)

Über die Gruppe der Seitenoptimierer kann sie sich jederzeit die notwendige professionelle Unterstützung organisieren.

„... da brauchen Sie nur eine Fachfrage zu stellen und plob, plob kommen die Antworten.(...) Da habe ich in den letzten Wochen ganz tolle Erfahrungen gemacht mit einem, wir haben uns ja alle nie gesehen. Das ist eigentlich wurst.“ (Interview Nr. 20: 723 - 724)

Darüber hinaus ist sie noch in verschiedenen Mailinglisten aktiv, die z. T. professionellen, z. T. aber auch privaten Charakter haben. So war sie beispielsweise jahrelang in einer Mailingliste für selbstständige Frauen aktiv. In der Liste sind

⁶⁶ Seitenoptimierung ist eine Form des Internetmarketing, mittels derer versucht wird die Website bei den Suchmaschinen weit oben zu verorten.

Frauen, die selbstständig oder abhängig beschäftigt und im weitesten Sinne im Medienbereich tätig sind. Innerhalb der Gesamtliste hat sie eine Regionalliste gegründet, damit auch ein persönlicher Austausch vor Ort stattfinden kann. Die Gruppe trifft sich monatlich zu Vorträgen und zu inhaltlichen Veranstaltungen. Diese Kontakte haben in erster Linie professionellen Charakter und dienen der beruflichen Vernetzung:

„Weil wir uns hier alle näher sind und weil wir auch tatsächlich und real auch teilweise Aufträge mit anderen abwickeln. Das ist auch Sinn des Ganzen, unter anderem, nicht? Dass wir das eine oder andere Projekt oder einen Auftrag zusammen machen.“ (Interview Nr. 20: 714- 716.)

Soziale Netzwerke und soziale Verortung

Irmgard Schick hat, außer zu ihrer Tochter und zu ihren ehemaligen Schwiegereltern, wenige und zudem lose soziale Kontakte außerhalb des Netzes. Bei der Frage nach ihren wichtigsten sozialen Beziehungen nennt sie neben ihrer Tochter und den Schwiegereltern lediglich ihren PC und einige Netzadressen sowie Mailinglisten.

Kommunikation ist für sie in erster Linie computerbasiert, den PC führt sie als ihren wichtige Freund an, er ist ihr Vertrauter:

„Der PC ist mir sehr wichtig geworden, der ist mein bester Freund. Ich bin den ganzen Tag damit zugange. Ja, also, ich muss mich auf ihn verlassen, ich arbeite mit ihm, er ist mir auch schon, würde ich mal sagen, der ist auch nah.“ (20: 953 - 955)

Der PC ist das Kommunikationsmittel, mit dem sie auch neue Menschen kennenlernt:

„Und ich kenne auch Leute aus dem Netz. Ich habe auch ein, zwei Bekanntschaften, die ich über das Netz kenne, wo man sich auch mal gesehen hat oder so und sich auch ganz nett findet.“ (Interview Nr. 20: 621 - 622)

Soziale Kontakte im Netz ersetzen für Irmgard Schick reale Kontakte. Sie hat diverse Menschen über das Netz kennen gelernt, aber sie braucht sie nicht persönlich kennen zu lernen. Der Netzkontakt ist für Irmgard Schick beständiger als Kontakte im realen Leben.

„Und manchmal denke ich, wenn man sich mal sieht, vielleicht ist das gar nicht so gut.“ Interview Nr. 20:742)

Geografische Mobilität ist für Irmgard Schick nahezu bedeutungslos. Mit ihren Auftraggebern kommuniziert sie über das Netz. Lediglich zur Anbahnung von

Kontakten und für erste Absprachen besucht sie Kunden. Ansonsten bedarf es keines persönlichen Kontaktes.

„Also gerade was Seitenoptimierung betrifft: Da muss man die Webseite sehen, dann muss man analysieren, dann muss man mit denen telefonieren oder ein gutes Angebot machen, aber man muss die nicht sehen.“ (Interview Nr. 20: 505 - 557)

Das Netz ist für sie ein geschützter Raum, sie erlebt das Netz als sehr freigiebig. Im Netz erfährt sie die notwendige Unterstützung. Das Netz ist nach Irmgard Schick viel mehr von gegenseitiger Unterstützung, denn von Konkurrenz geprägt. Dazu muss man sich gar nicht persönlich kennen lernen. Deshalb möchte sie die Seitenoptimierer, mit denen sie beruflich am meisten zu tun hat und die sie auch als Mailingliste am meisten schätzt, gar nicht kennen lernen. Irmgard Schick ist stark vernetzt, allerdings zieht sie den virtuellen dem realen Raum deutlich vor. Sie möchte, dass die Kontakte im Netz bleiben, an Face-to-Face-Kontakten hat sie wenig Interesse. Face-to-Face-Kontakte haben eher funktionalen Charakter für sie, wenn sie für die Akquisition notwendig sind. Privat bleibt sie lieber im Netz.

8.3.4 Networked Individualist

Karin Bohne ist 39 Jahre alt, verheiratet und hat drei Kinder (15, 12 und 8 Jahre alt). Sie lebt und arbeitet als freie Journalistin in einer mittelgroßen Stadt in Süddeutschland.

Karin Bohne hat, nachdem sie in Norddeutschland Abitur gemacht hat, in Frankreich Französisch und Politik studiert. 1987, nach ihrer Rückkehr nach Deutschland absolvierte sie bei einem Zeitungsverlag ein Volontariat. Während des Volontariats kam ihre erste Tochter zur Welt. Nach Beendigung des Volontariats trat sie anschließend eine Stelle als Redakteurin in der Lokalredaktion an. In dieser Zeit kam das zweite Kind zur Welt. Die Anstellung bei der Zeitung hat sie aufgegeben, um eine Stelle als Journalistin in einem Umweltnetzwerk anzunehmen. Für diese Stelle zog die Familie nach Südstadt um, wo sie mit ihrer Familie seit nunmehr 9 Jahren lebt. Das Umweltnetzwerk kam bereits nach kurzer Beschäftigungsdauer in finanzielle Schwierigkeiten, worauf alle Mitarbeiter gekündigt wurden. Während der anschließenden einjährigen Arbeitslosigkeit kam ihr drittes Kind zur Welt. Als es ein Jahr alt war, nahm sie eine Stelle bei einer Non-Profit-Organisation an, für deren Öffentlichkeitsarbeit sie zuständig war. Diese Stelle war sowohl von den inhaltlichen Anforderungen, als auch in zeitlicher Hinsicht sehr anspruchsvoll. Sie hatte deswegen kaum mehr Zeit für ihre Familie, was zu Konflikten innerhalb der Familie führte. Sie beschloss, sich nach einer Alternative umzusehen.

Berufliche Selbstständigkeit war für Karin Bohne schon lange ein Traum, da sie sich dadurch eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf erhoffte. Sie wagte jedoch lange nicht, diesen Traum zu realisieren, da sie für das Familieneinkommen zuständig ist.

„Also ich habe lange davon geträumt, das zu machen, aber mich nie getraut. Eben weil ich Hauptverdienerin bin und immer Angst davor hatte, was ist, wenn ich, ja, wenn es mir schlecht geht, wenn ich krank werde, dann stehen alle ohne Hemd und Hose da. Ich habe mich einfach nicht getraut.“ (Interview Nr. 15: 45 - 48)

Aufgrund ihrer in diversen Festanstellungen erworbenen Qualifikation und ihrer Kontakte war sie sich jedoch mittlerweile einigermaßen sicher, als Selbstständige am Markt bestehen zu können. Der Weg in die Selbstständigkeit wurde ihr durch das Überbrückungsgeld vom Arbeitsamt erleichtert. Damit konnte sie das erste Jahr finanzieren und gleichzeitig das Risiko der beruflichen Selbstständigkeit kalkulieren:

„Also selbst wenn es dort schiefgeht, ich komme immer wieder auf die Füße. Ich habe jetzt so verschiedene Dinge gemacht, das kann ich jetzt wagen.“ (Interview Nr. 15: 233 - 235)

Tätigkeitsschwerpunkte

Karin Bohne ist nunmehr seit 5 Jahren freie Journalistin. Sie arbeitet sowohl für Printmedien wie auch für verschiedene Institutionen und Organisationen. Im Printbereich schreibt sie für regionale wie überregionale Zeitungsverlage. Darüber hinaus verantwortet sie für unterschiedliche Institutionen und Organisationen in Südstadt die Öffentlichkeitsarbeit.

Der Schritt in die Selbstständigkeit war für sie ein Schritt hin zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Die Selbstständigkeit nutzt sie, um sich ihre Zeit besser einteilen zu können. So kann sie zu Hause sein, wenn ihre Kinder von der Schule heimkommen. Das ist ihr wichtig. Den Nachmittag verbringt sie mit den Kindern und nimmt erst wieder am späten Nachmittag die Arbeit wieder auf. Um diese Familienzeiten gewährleisten zu können, arbeitet sie regional orientiert um so Reisetätigkeiten zu vermeiden. Überregionale Aufträge nimmt sie nur an, wenn sie die Arbeit von zu Hause aus machen kann und die Kommunikation in erster Linie netzbasiert stattfindet.

Karin Bohne kann mit ihrer Selbstständigkeit Arbeit und Leben für sich verbinden. In der jetzigen Lebensphase ist das für sie optimal. Wenn sich die Situation mit den Kindern so nicht mehr stellt, kann sie sich auch vorstellen, wieder fest angestellt zu arbeiten. Dies allerdings nur, wenn die hohe Autonomie, die sie an der Selbstständigkeit schätzt, erhalten bliebe.

Techniknutzung und netzbasierte Kommunikation

Für ihre Arbeit als Journalistin ist das Internet ihr zentrales Rechercheinstrument. Darüber hinaus kann sie neben ihrer Tätigkeit in der Region auch für überregionale Zeitungen arbeiten, ohne vor Ort präsent sein zu müssen. Ihre Beweglichkeit kann sie so erhöhen, ohne geografisch mobil sein zu müssen. Im professionellen Bereich sind Internet und netzbasierte Kommunikation sehr wichtig.

„Also ich recherchiere sehr viel über das Internet und ich kommuniziere sehr viel über das Internet. Also Email. Ich habe, also ich war sogar schon an einem Punkt, wo ich gedacht habe, das muss ich irgendwie anders regeln. Man macht sich da ja auch wahnsinnig abhängig, da morgens erst mal, bist du erst einmal eine halbe Stunde beschäftigt, also das verändert ja auch die Zeiteinteilung, ja, weil du erst mal diese ganze elektronische Mail, die ist eigentlich, muss ich sagen, bei mir nicht mehr wegzudenken. Ja. Andererseits ist sie nicht, es lässt sich nicht alles darüber regeln. Das ist mir inzwischen bewusst geworden. Ist schon klar. Persönliche Kontakte sind wichtig, ein Gespräch ist wichtig, also so Email hat auch seine eigenen Kommunikationsregeln, finde ich. Und deshalb kann ein guter Kontakt nicht nur auf Email aufbauen.“ (Interview Nr. 15: 330 - 339)

Doch vertrauensvolle Kontakte lassen sich nicht nur über Email aufbauen. Email ist in bestimmten Situationen zwar sehr effizient; allerdings braucht es auch reale Treffen, bei denen das weitere Vorgehen besprochen wird. So verknüpfen sich virtuelle und reale Kontakte zu einem für sie optimalen Mix.

Privat spielt netzbasierte Kommunikation für Karin Bohne eine untergeordnete Rolle. Nach wie vor sind das Telefon und der Brief die zentralen Kommunikationsmittel. Email dient aber der Ergänzung zu anderen Kommunikationsformen, wenn es als sinnvoll erscheint.

Soziale Netzwerke und soziale Verortung

Karin Bohne verfügt über ein Netz von Freunden und Bekannten, sowohl in Südstadt wie darüber hinaus. Im Moment steht Familienarbeit für sie an erster Stelle:

„Ich muss sagen, im Moment reizt es mich mehr, mit meinen Kindern Zeit zu verbringen. Und da, da kommt man ja auch persönlich weiter. Also man kommt ja nicht nur bei der UN persönlich weiter, sondern so mit einer pubertierenden Tochter mit 14 kommt man echt weiter. Also, diese durchaus hohen Anforderungen ziehe ich im Moment vor.“ (Interview Nr. 15: 302 - 306)

Die Entscheidung für das Regionale ist eine bewusste Entscheidung. So wird sie keinen starken Mobilitätswängen ausgesetzt. Deshalb verzichtet sie bewusst auf Aufträge, die zwar interessant sind, aber mit längeren Reisen verbunden sind. Sie hat feste Zeiten, in denen sie arbeiten kann und solche, in denen sie für die Familie da ist.

Karin Bohne nutzt netzbasierte Kommunikation zur Vernetzung mit anderen Selbstständigen. Sie ist in verschiedenen Mailinglisten sehr aktiv. Eine Mailingliste hat sie initiiert, um sich gemeinsam mit anderen Journalisten gegen einen Internetanbieter zu wehren, der Artikel von Journalisten im Netz verkauft, ohne ein Honorar an die Autoren abzugeben. Hierzu hat sie sich auch mit der Mailingliste des XY Verlages verlinkt und sich darüber notwendige Informationen organisiert und eine neue Liste gegründet.

Darüber hat sie Mailinglisten von Selbstständigen, die sich regional auf Südstadt konzentrieren abonniert. Dort ist sie allerdings nicht sehr aktiv, sondern nutzt die unterschiedlichen Netzwerke zur weiteren Vernetzung. Sie vernetzt ihre unterschiedlichen Kontakte strategisch miteinander, sowohl die virtuellen, indem sie Mailinglisten untereinander vernetzt, als auch darüber hinaus Treffen mit Selbstständigen vor Ort organisiert. So kann sie ihre Netzwerkkontakte ständig ausbauen.

Karin Bohne ist mit anderen Selbstständigen gut vernetzt. In Südstadt hat sie einen monatlichen Journalisten-Stammtisch ins Leben gerufen.

„Und habe dann das jetzt aufgebaut und das ist jetzt eigentlich auch ganz schön. Wir treffen uns einmal im Monat, ich kümmere mich halt so ein bisschen drum, dass, ja jedes zweite Mal, irgendwie nutze ich so meine Kontakte, um halt jemand einzuladen, der dann auch ganz interessante Sachen erzählt. Erst kürzlich war ein Wirtschaftsredakteur von der Baseler Zeitung da, der ein bisschen erzählt hat, was dort läuft, weil die haben eine neue Chefredaktion und wollen das Blatt neu strukturieren. Das ist ja dann für die Freien hier auch interessant. Auch was mögliche Auftragsangebote angeht usw. Und bin durch dieses Engagement dann aber auch wieder in weitere Netzwerke reingekommen.“ (Interview Nr. 15: 417 - 424)

Sie nutzt ihre Kontakte um Leute einzuladen. Dadurch findet sie aber auch Anschluss zu anderen Netzwerken. Ihre Netzwerkkontakte kann Karin Bohne vielfältig nutzen. Sie helfen ihr bei der Akquisition:

„Und was ich halt auch merke ist, dass ich einfach, wenn ich dann mal eine Flaute habe und mir überlege, ‚Mensch, wen könntest du denn jetzt anrufen‘ oder so, dass ich durch die Vielzahl meiner Kontakte und die guten Referenzen, die ich einfach habe, auch immer wieder was kriege. Also ich

stehe nie so total auf dem Schlauch. Und ich nutze dann so Zeiten, wo ich wenig zu tun habe, um Kontakte zu finden. Dann gehe ich halt mal wieder irgendwo hin zu irgendeiner Veranstaltung und rede mit irgendwelchen Leuten. Kriege dann mit, die haben da und da irgendwas vor.“ (Interview Nr. 15: 753 - 759)

Karin Bohne ist durch die neuen Technologien hoch professionell vernetzt. Ihre regionalen und überregionalen Netzwerke ermöglichen ihr seine hohe soziale Beweglichkeit. Obwohl sie aufgrund ihrer Familiensituation regional arbeitet und regional stark verortet ist, reduzieren sich ihre Netzwerke nicht auf Südstadt. Die sozialen und virtuellen Netzwerke von Karin Bohne dienen ihr als soziales Kapital.

Der berufliche und lebensweltliche Erfolg von Karin Bohne basiert auf ihrer Fähigkeit, komplexe soziale Beziehungen und Netzwerke mit allen ihr zur Verfügung stehenden Mitteln zu gestalten. Indem sie Kontakte im virtuellen Raum genauso wie im sozialen Interaktionsraum ihres direkten Umfeldes aktiviert und gezielt entwickelt, ist sie in der Lage, ihre berufliche Entwicklung aktiv zu gestalten.

8.3.5 Fazit aus der Typenbildung

Hinsichtlich der Verteilung der Nutzertypen auf das Sample ergibt folgendes Bild. Hier gilt es zunächst generell anzumerken, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ sind, aufgrund der geringen Samplegröße auch nicht nach quantitativen Gesichtspunkten ausgewertet werden können. Dennoch gibt es einige Auffälligkeiten, die unter Umständen mehr sind als Zufälligkeiten.

	Männlich	Weiblich	Summe
Investigator	4	5	9
Communicator	6	4	10
Virtual Networker	1	2	3
Networked Individualist	3	6	9
Summe	14	17	31

Tabelle: Verteilung der Nutzungstypen

Der am häufigsten vertretene Typus im Sample ist der Communicator. Dies ist auch nicht weiter verwunderlich, denn die Mehrheit der Journalisten zählt zu den Communicators. Der berufliche Erfolg von Communicators hängt nicht zuletzt davon ab, ob sie im richtigen Moment den richtigen Zugang zu den richtigen Menschen haben. Die Pflege und der Ausbau von Kontakten erfolgt sowohl virtu-

ell, face-to-face und in vielen Fällen per Telefon und ist für den Communicator alltägliches Geschäft. Er verfügt damit über viele Kontakte, die aber Einzelkontakte sind, und nicht zu einem Netzwerk verknüpft sind. Die neuen Technologien sind für den Communicator das zentrale Arbeitsmittel, das Internet wird, wie andere Kommunikationsmittel auch, intensiv genutzt.

Am wenigsten vertreten im Sample sind Virtual Networkers. Dies ist zum Teil dadurch zu erklären, dass nur wenige Selbstständige auf die face-to-face-Kommunikation verzichten können. Dies können nur sehr internetnahe Selbstständige, wie dies beispielsweise bei Onlinemarketingspezialisten der Fall ist. Diese arbeiten fast ausschließlich im Netz, der direkte Kontakt mit dem Kunden unter Umständen nicht so wichtig. Gleich stark vertreten im Sample sind der Networked Individualist und der Investigator, wobei auffällt, dass der Networked Individualist überwiegend weiblich ist.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Dimensionen der Nutzungstypen vergleichend dargestellt.

	Investigator	Communicator	Virtual Networker	Networked Individualist
Internetnutzung	Recherche	Kommunikation	Vernetzung	Vernetzung
Mailinglisten	Wenig/passiv	Wenig/passiv +teilweise aktiv	Aktive Nutzung als Vernetzungsinstrument	Aktive Nutzung als Ver- netzungsinstrument
Präferierte Kommunikation	Face-to-Face	Face-to-Face + Telefon	Netzbasierte Kommunikation	Face-to-Face + Telefon + netzbasierte Kommunikation
Bedeutung des Ortes	Zentraler konkreter Ort	Konkreter Ort. bzw. Plurilokalität	das Netz ist der zentrale und wichtige Ort	Reale Orte und virtuelle Orte sind beide bedeutsam
Kollektives Handeln	Am Ort, übers Netz kaum erreichbar	Bedingt erreichbar, da viel unterwegs	Gemeinsame Interessen im Netz organisieren	Verknüpfung von Netz und realen Treffen vor Ort

Tabelle: Ausprägungen der Nutzertypen

Als Fazit der Typenbildung lässt sich feststellen: je individualisierter Selbstständige arbeiten, desto höher bewerten sie netzbasierte Kommunikation für ihre soziale und professionelle Positionierung und für den Erfolg ihrer Arbeit. Netzbasierte Kommunikation, das Internet und das World Wide Web leisten insbesondere bei denjenigen, die nicht beim Auftraggeber oder in einer Bürogemeinschaft verortet sind, eine wichtige soziale Funktion. Über netzbasierte Kommunikation entstehen Netzwerke und es können private und berufliche Kontakte gepflegt werden. Durch netzbasierte Kommunikation lassen sich soziale Bindungen und Vernetzungen derart herstellen, dass sie auch genutzt werden können, um die Gestaltungsmacht Selbstständiger zu erhöhen. Über Netzwerke werden Informationen ausgetauscht, Jobs angeboten, Unterstützung organisiert. Da Selbstständige aufgrund ihrer öko-

nomischen Lage zunehmend in mehr Bereichen akquirieren und aktiv sein müssen, nehmen diese Netzwerke massiv an Bedeutung zu. Insbesondere für diejenigen, die für mehrere Auftraggeber arbeiten und damit keine feste (auch räumliche) Anbindung an einen Hauptauftraggeber haben, spielt das Internet eine fundamentale Rolle bei der Akquisition neuer Aufträge und Projekte. Nicht in dem Sinne allerdings, dass man seine Dienste im Internet anpreist, sondern dass man über das Internet mit anderen Selbstständigen und Redaktionen verbunden und vernetzt ist. Erfolgreiche Akquisition hängt oft stark von den Potenzialen der Netzwerke der Selbstständigen ab, in die diese eingebunden sind. Aufträge bekommt man, weil man sich kennt oder weiterempfohlen wird.

Dabei treiben die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die soziale und räumliche Entgrenzung der Selbstständigen voran. Doch zugleich bieten sie auch die Möglichkeit der Überbrückung der sozialen und räumlichen Distanzen, die in diesem Prozess entstehen. Diese quasi paradoxe, weil gegenläufige Tendenz steht im Mittelpunkt des nächsten Kapitels. Es geht darum, wie Selbstständige im Arbeitskontext mit Hilfe netzbasierter Kommunikation räumliche Begrenzungen und Separierungen aufheben. Dabei wird aufgezeigt, wie mittels netzbasierter Kommunikation virtuelle Netzwerke entstehen, die von den Selbstständigen als Ressourcen genutzt werden, um individuelle und kollektive Interessen zu vertreten.

8.4 Mailinglisten für Selbstständige

Selbstständige in der Medienwirtschaft nutzen das Internet neben der Recherche auch zum Austausch über berufliche und soziale Angelegenheiten. Während Angestellte vielfältige Möglichkeiten des Austauschs am Arbeitsplatz, in der Kantine oder auf Betriebsversammlungen haben, fehlen solche zentralen Orte und kontinuierliche Zusammenhänge zumeist für Selbstständige. „Tacheles wird zunehmend am virtuellen Stammtisch geredet“ (Schauen 2002: 35), in offenen und geschlossenen Mailinglisten, Chatrooms oder Weblogs.

„... also die Mailingliste ersetzt ja ne Art Redaktionsstube, durch die man früher bei einer großen Zeitung meinetwegen geschrieen hat: ,Mensch ich muss da was schreiben. Ist das denn ethisch vertretbar?’“ (Interview Nr. 37: 49 - 52.)

Die Netzwerkkontakte verbleiben aber vielfach nicht im virtuellen Raum, sondern führen zu realen, zu physischen Kontakten (z. B. Stammtische usw.). Mailinglisten sind neue Orte, in denen man sich treffen kann. Die Mailingliste-Community trifft sich nicht nur im Internet, sondern häufig entwickelt sich aus den „talks“ über die Liste das Bedürfnis nach Face-to-face-Kontakten, nach un-

mittelbaren Gesprächen und die Neugierde, mit wem man es eigentlich zu tun hat, führt nicht selten zur Einrichtung regelmäßiger Stammtische.

Edgar Weber ist Mitglied von Jonet, eine der größten Online-Communities, in der über 2000 Medienschaffende über medienrelevante Belange diskutieren (vgl. www.jonet.org). In den meisten Medienzentren der Bundesrepublik finden gut besuchte Jonet-Stammtische statt, auf denen Informationen und Tipps gehandelt und Unterstützungsleistungen vereinbart werden.

„Also wir treffen uns dann zum Beispiel in Hamburg regelmäßig einmal im Monat. Das ist ganz interessant. Da lernt man mal ein paar nette Leute kennen. Und ab und zu ergeben sich auch kleinere Kontakte.“ (Interview Nr. (18: 280 - 283)

Netzbasierte Kommunikation ergänzt typischerweise herkömmliche Kommunikationsformen, ersetzt die „alten“ jedoch nicht. Email und Telefon haben für die meisten Befragten die gleiche hohe Bedeutung. Je nach Situation greift man zum Hörer oder schreibt ein Email. Startet man eine Recherche, beginnt diese aber meist im Netz. Erstkontakte mit Kunden oder Auftraggebern werden hingegen immer noch über das Telefon hergestellt. Das hat auch mit den eingeübten Recherchepraktiken und –routinen der Journalisten zu tun, bei denen möglichst unmittelbare Erfahrungen und Eindrücke eine bedeutende Rolle spielen. Das Telefon ersetzt in vielen Fällen das Gespräch vor Ort, das man sich eigentlich nicht mehr leisten kann, weil diese Recherchen zunehmend nicht mehr bezahlt werden. Fax oder Email sind ergänzende Kommunikationsmittel, um Absprachen schriftlich zu fixieren. Sie haben gleichzeitig den Vorteil, dass sie Kommunikationen und Vorgänge zugleich dokumentieren.

Mailinglisten haben sich in den vergangenen Jahren mehr und mehr zu effektiven Rechercheinstrumenten entwickelt. Berufsspezifisches Wissen, das man sich sonst zeitraubend aneignen müsste, wird über Mailinglisten schnell abfragbar. Die Kommunikations- und Kooperationskulturen in Mailinglisten machen diese regelrecht zu „Nachschlagelexika“:

„Das ist wirklich ein reines Recherchemedium bei Übersetzungen, weil irgendwer kennt dann den australischen Ausdruck oder so was. Also das sind wirkliche Abfragen von Sachen, die nicht im Wörterbuch stehen.“ (Interview Nr. 29: 477 - 479)

Für Solo-Selbstständige ohne soziale und betriebliche Anbindung haben Mailinglisten eine wichtige Funktion als Informations- und Kommunikationsmittel. Fast alle befragten Selbstständigen haben, je nach Beruf und Arbeitsschwerpunkt, verschiedene Mailinglisten abonniert. Diese kreisen entweder um ein bestimmtes Thema oder orientieren sich an einer bestimmten Berufsgruppe. Manche, wie et-

wa das Jonet, sind thematisch hoch ausdifferenziert. Verschiedene thematische Foren innerhalb von Jonet dienen dem Austausch von Informationen, als Diskussionsplattformen sowie der Herstellung und Pflege von privaten und professionellen Kontakten. Über Mailinglisten werden nicht nur berufliche Kontakte gepflegt, sondern auch vermittelt. Das Netz bzw. Mailinglisten sind wichtige Akquisitionsinstrumente geworden. Der Moderator einer Mailingliste berichtet:

„Die Vergabe von Jobs, also pro Jahr vergeben wir sicherlich sechs, sieben acht Stellen inzwischen und dutzende, hunderte von Aufträgen, die da einfach so hinter den Kulissen gehandelt werden. Und das ist das, was man früher als Journalist sozusagen per Telefon oder am besten doch persönlich durch Redaktionsbesuche akquiriert hat.“ (Interview Nr. 37: 56 - 58.)

Ob und wie Mailinglisten als Kommunikationsmittel genutzt werden, variiert stark: Aus dem empirischen Material lässt sich feststellen, dass diejenigen, die als freie Mitarbeiter (z. B. arbeitnehmerähnliche Freie) räumlich in einen Betrieb eingebunden sind, sich weniger an Mailinglisten mit anderen Selbstständigen beteiligen, als diejenigen, die mehrere Auftraggeber haben und nicht sozialorganisatorisch beim Hauptauftraggeber angebunden sind. Die festen Freien verorten sich bei ihrem (meist alleinigen) Auftraggeber. Existieren Mailinglisten in dem Bereich, so entsprechen sie mehr einem Informationsmedium, in dem Termine, Neuigkeiten u.a. bekannt gegeben werden und ersetzen damit das altbekannte schwarze Brett im Betrieb.

8.4.1 Mailingliste zum Urhebervertragsrecht

Der folgende Teil ist einem konkreten virtuellem Netzwerk gewidmet. Dabei handelt es sich um eine Mailingliste freie Mitarbeiter (überwiegend Journalistinnen und Journalisten) eines großen deutschen Verlages (im Folgenden: Verlag XY). Die Mailingliste wurde im Zuge eines Konfliktes zwischen dem Verlag und freien Journalisten gegründet. Hintergrund des Konfliktes war die Absicht des Verlags, neue Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) einzuführen. In diesen AGB beansprucht der Verlag für sich das Recht, Werke von Urhebern mehrfach, ohne zusätzliches Honorar zu verwerten. Dies traf bei den Journalisten auf wenig Verständnis, da sie ein existenzielles Interesse daran haben, ihre Produkte selbst mehrfach verwerten zu können. In der Mailingliste wurde daraufhin zunächst das Zirkulieren von umfassenden Informationen organisiert, um alle Betroffenen auf den gleichen Kenntnisstand zu bringen. Des Weiteren wurden Strategien diskutiert, ob man den Plänen des Verlages etwas entgegen setzen kann; und schließlich wurde ein gemeinsames Vorgehen vereinbart.

Für die Analyse wurde diese Mailingliste ausgewählt, weil ihr ein konkreter Konflikt zwischen einem Verlag und seinen freien Mitarbeitern zugrunde lag. An der Problematik unzulässiger Mehrfachverwertung entzündete sich die Diskussion um die Frage, ob es ein gemeinschaftliches Vorgehen gegenüber dem Verlag geben kann und ob es möglich ist, hoch individualisiert arbeitende Selbstständige zu solidarischem und kollektivem Handeln zu vereinen. Das empirische Material ermöglicht es, die Möglichkeiten und Grenzen kollektiven Handelns durch netzbasierte Kommunikation anhand dieser Mailingliste zu analysieren.

Zum besseren Verständnis der Mailingliste wird im Folgenden zunächst der generelle Konflikt um das Urhebervertragsrecht dargelegt (8.4.2). Daran anschließend wird die Entstehungsgeschichte der Mailingliste beschrieben. Dabei wird deutlich, dass Mailinglisten mehr sind, als nur Informations- und Rechercheinstrumente. Zentrales Anliegen der Liste war es – neben dem Austausch von Informationen und dem Diskussionsprozess – ein gemeinsames und koordiniertes Handeln zu organisieren. Der Diskussionsverlauf wird anhand eines Phasenmodells beschrieben. Die Phasen orientieren sich an wesentlichen Ereignissen, die für die Konfliktbearbeitung bedeutsam waren (8.4.3). Am Schluss des Kapitels werden zentrale Ergebnisse der Fallstudie zusammengefasst und hinsichtlich der Chancen und Begrenzungen internetbasierter Kommunikation kritisch reflektiert (8.4.4).

8.4.2 *Der Konflikt um das Urhebervertragsrecht*

Journalisten leben davon, ihre Produkte zu verkaufen, wenn möglich auch mehrfach. Das bedeutet, sie bieten Rechercheergebnisse und Texte unterschiedlichen Medien an. Oftmals werden Beiträge leicht verändert oder zugleich in Print-, Rundfunk- und Fernsehmedien dargeboten. Ein Text, der in einer überregionalen Zeitung erschienen ist, muss möglichst danach erneut einer regionalen oder themenspezifisch orientierten Zeitung oder Zeitschrift angeboten werden, damit die Kosten der Recherche sich amortisieren und ein wirklicher Gewinn erzielt werden kann. Kaum ein freier Journalist kann von der Arbeit für nur eine Zeitung leben, denn die Honorare sind zu gering, um davon leben zu können. Daher gehört die so genannte Mehrfachverwertung zu den Strategien freier Journalisten, die eigene Existenz abzusichern und vor allem auch: um die Qualität der eigenen Arbeit (sprich die Tiefe und Validität der Recherchen) zu sichern und gegenüber Kunden und Lesern zu garantieren. Die mehrfache Nutzung von Texten ist insofern kein Luxus, sondern gehörte bislang zu den Selbstverständlichkeiten der Branche.

Die Verlage hingegen verweisen auf neue Verwertungsmöglichkeiten im Internet und argumentieren, dass es sich bei den unterschiedlichen Darbietungsformen letztlich um das gleiche Produkt in unterschiedlicher Aufbereitung handelt. Anders als die Autoren sehen sie einen Text, der zeitgleich in der Print- und Online-

fassung erscheint, nicht als Mehrfachverwertung. Sie fordern von den Autoren das Recht, deren Produkte einfach zu honorieren und mehrfach publizieren zu können. In vielen Verträgen für freie Autoren ist zudem der Passus enthalten, dass der Verlag das Recht erwirbt, die Texte zum eigenen Nutzen etwa an Onlinedatenbanken weiter verkaufen zu dürfen. Damit soll die gesetzliche Regelung umgangen werden, denn der Verwerter, sprich der Verlag erwirbt, falls es keine vertragliche Vereinbarung über eine weitere Nutzung gibt, nur das einfache Nutzungsrecht. Da die Verlage ihre Onlineauftritte jedoch als reine Servicefunktionen begreifen und diese – entgegen früheren Erwartungen – kaum neue Einnahmequellen darstellen, publizieren die Verlage die Arbeiten der Autoren z. T. mehrfach, ohne dies zusätzlich zu entgelten.

Die Entstehung des Konfliktes um die Mehrfachverwertung und damit der Mailingliste ist im Zusammenhang mit der (damals noch geplanten) Änderung des Urhebervertragsrechtes zu sehen. Mit der Novellierung des Urheberrechts durch das „Gesetz zur Stärkung der vertraglichen Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern“ sollte die vertragliche Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern gestärkt und darüber eine Vertragsparität zwischen beiden Vertragsparteien hergestellt werden. Als Grund für die Notwendigkeit des Gesetzes wurde von Seiten der Gewerkschaft unter anderem die Mehrfachnutzung von Werken in Onlinemedien und Printmedien ohne angemessene Vergütung sowie das Umschgreifen von Total-buy-out-Verträgen⁶⁷ genannt (vgl. Experteninterview 05).

Das neue Urhebervertragsrecht soll den frei arbeitenden Urhebern dazu verhelfen, gerechte Verwertungsbedingungen durchsetzen zu können. Dazu wurde der Anspruch auf eine angemessene Vergütung bei Mehrfachverwertung explizit aufgenommen und die Stellung der Autoren gestärkt.

Die wichtigsten Neuerungen im neuen Urhebervertragsrecht sind:

1. der Anspruch auf angemessene Vergütung⁶⁸ (gemäß § 32 UrhG), mit dem die bislang im Urheberrecht geltende Vertragsfreiheit im Interesse des Urhebers eingeschränkt werden sollte;
2. der aus dem bisherigen so genannten Bestsellerparagrafen abgeleitete „Fairnessausgleich“⁶⁹ (§ 32 a UrhG). Dieser räumt dem Urheber das Recht

⁶⁷ Total-buy-out-Verträge meint das Aufkaufen sämtlicher Nutzungsrechte.

⁶⁸ Eine angemessene Vergütung erhalten die Urheber über den Verhandlungsweg mit den Verwertern. Zu diesem Zweck können die Verbände der Urheber und Verwerter gemeinsame Vergütungsregeln aufstellen. Kommt keine Einigung zustande, so kommt es zu einem Schlichtungsverfahren, dem sich keine Seite entziehen kann.

auf eine zusätzliche Beteiligung ein, wenn das Werk dem Verwerter einen unerwarteten wirtschaftlichen Erfolg beschert;

3. sowie Vorschriften zur Aufstellung gemeinsamer Vergütungsregeln (§§ 36, 36 a UrhG). Diese Vergütungsregeln sollen gemeinsam von Urhebervereinigungen und Vereinigungen von Werknutzern aufgestellt werden. Mit diesen Vergütungsregeln gelangt erstmals ein kollektivrechtliches Element in das ansonsten individuelle Urheberrecht.

Nach Goetz Buchholz, Autor eines renommierten Ratgebers für freie Journalisten, lässt sich das Urheberrecht für Nichtjuristen im Grunde genommen in zwei Sätzen zusammenfassen:

„Erstens: Wer ein Werk der Kunst, der Sprache oder ein Computerprogramm geschaffen hat, besitzt daran alle Rechte. Zweitens: Ohne seine Genehmigung darf es niemand abdrucken, aufführen, ausstellen, vervielfältigen, ins Internet stellen, senden, verändern oder was auch immer.“
(Buchholz Online)

Die Neufassung des Urhebervertragsrechts wurde in Deutschland nach heftiger Diskussion zwischen Verlegern, Autorenverbänden und Bundesregierung verabschiedet und trat am 1. Juli 2002 in Kraft. Die Verleger haben sich lange gegen das neue Gesetz gewehrt, da es ihrer Ansicht nach einen unverhältnismäßigen Eingriff in die verfassungsrechtlich geschützte Privatautonomie darstellt.⁷⁰

Vor Inkrafttreten des Gesetzes galt die uneingeschränkte Vertragsfreiheit, d. h. es gab keine verbindlichen gesetzlichen Regelungen für Verträge zwischen Autoren und den Verwertern. Insbesondere die Frage der Honorierung, aber auch andere Nutzungsbedingungen für Urheberrechte, unterlagen dem freien Spiel der wirtschaftlichen Kräfte. Es wurde davon ausgegangen, dass die Vertragspartner gleichberechtigt die Vertragsbedingungen aushandeln und in keinem wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnis zueinander stehen. Mit dem neuen Urhebervertragsrecht wird das wirtschaftliche Ungleichgewicht zwischen den Autoren und den Verlagen anerkannt, weswegen Regelungen über die Rahmenbedingungen für Honorarzahungen gesetzlich geregelt wurden.

⁶⁹ Der Fairnessausgleich wird fällig, wenn eine Übersetzerin gegen ein Pauschalhonorar einem Verlag das Nutzungsrecht an einer Romanübersetzung eingeräumt hat und diese unverhofft zum Bestseller wird.

⁷⁰ Die Verleger führten darüber hinaus an, dass der Zwang zur kollektiven Regelung gegen Art. 9 GG. verstoße (vgl. Gounalakis/Heinze u. a. 2001). Dabei wurde argumentiert, dass das in Art. 9 GG festgelegte Grundrecht auf kollektive Zusammenschlüsse keine kollektiven Regelungen erzwingen dürfe.

„Nach Auffassung des Gesetzgebers war die Schaffung des Urhebervertragsrechts erforderlich, weil der Urheber dem Verwerter gegenüber strukturell unterlegen sei und deshalb Schwierigkeiten hatte, gerechte Vertragsbedingungen durchzusetzen. Dieses wirtschaftliche Ungleichgewicht der Vertragsparteien begründe deshalb die Gefahr einseitig begünstigender Verträge.“ (Schaffeld 2002: 245)

Die Verlage lehnen das neue Gesetz mehrheitlich vehement ab. Zur Umgehung des neuen Gesetzes versuchen deshalb viele Verlage, neue Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) einzuführen, um sich auf diesem Wege das Mehrfachverwertungsrecht zu sichern. Mit der individuellen Abtretung der Nutzungsrechte an den Verlag sollte das erwartete Gesetz schon im Vorfeld der Neuregelung umgangen werden.

Diese Strategie verfolgt auch der Verlag XY. Er beabsichtigte ebenfalls die Einführung neuer Geschäftsbedingungen, um sich das mehrfache Nutzungsrecht zu sichern. Folgende Rechte sollten die Urheber an den Verlag abtreten:

1. Das Printmediarecht mit dem Recht zur Erstveröffentlichung
2. Das Recht zur Bearbeitung, Umgestaltung und Übersetzung
3. Das Recht der elektronischen Verwertung
4. Das Recht zur Nutzung für Werbezwecke
5. Das Recht der elektronischen Verwertung und der Datenbanknutzung
6. Das Recht, die vorgenannten Nutzungsrechte auch noch auf Dritte übertragen zu können (vgl. ver.di 2004: 1).

Dies bedeutet für die Autoren, dass alle Verwertungsrechte an den Verlag übergehen, sie ihre Artikel also weder weiterverkaufen können (auch nicht in überarbeiteter Form), noch irgendeinen Honoraranspruch gegenüber dem Verlag haben, selbst wenn dieser sie weiterveräußert. Der Verzicht auf das Recht auf Mehrfachverwertung bedeutet für die Journalisten die Gefahr eines drastischen Einkommensverlusts, da Mehrfachverwertungen als zusätzliche Einkommensquelle existenzsichernd ist. Die meisten Journalisten sind grundsätzlich bereit, das Mehrverwertungsrecht an den Verlag abzutreten, allerdings sollte dies auch finanziell vergütet werden.

Zur Einführung der neuen Geschäftsbedingungen – und damit der Sicherung der Mehrfachverwertung ohne Honorar – wählte der Verlag unterschiedliche Durchsetzungsstrategien: Ein Teil der freien Mitarbeiter wurde in einem Schreiben auf die neuen AGB hingewiesen und aufgefordert, diese mit ihrer Unterschrift zu akzeptieren. In dem Schreiben hieß es:

„ (...) schließt eine Honorarzahlung an Sie die Einräumung des Multimedia-, des Datenbank- sowie des Werberechtes zur ausschließlichen,

räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkten Nutzung ein.“ (Dilk 2001: 10)

Ein weiterer Teil wurde nicht schriftlich informiert, sondern fand die neuen AGB lediglich als Kleingedrucktes auf ihren Zahlungsanweisungen. In der Regel stellen freie Mitarbeiter keine Rechnung an den Verlag, sondern dieser übersendet eine Zahlungsanweisung, worauf die Honorarhöhe vermerkt ist. Da das Kleingedruckte oft nicht zur Kenntnis genommen wird, wurde die Veränderung von Vielen zunächst gar nicht bemerkt. Allgemeine Geschäftsbedingungen gelten jedoch als akzeptiert, wenn ihnen nicht explizit widersprochen wird. So haben Einige erst durch die Diskussion in der Mailingliste realisiert, dass sie die neuen AGB bereits erhalten, jedoch überlesen und unter Umständen sogar akzeptiert hatten. Hieraus entstand eine juristische Unsicherheit, da nicht generell geklärt werden konnte, ob die stillschweigende Einführung neuer AGB rechtens sei. Da die Rechtswirksamkeit von unterschiedlichen Faktoren abhängt, war eine generelle Aussage nicht möglich, da jeder Einzelfall hätte berücksichtigt werden müssen. Diese juristische Unsicherheit erschwerte zunächst ein gemeinsames Vorgehen.

8.4.3 Konfliktphasen

Im Folgenden wird die Diskussion der Mailingliste rekonstruiert. Dazu wird der Konflikt in verschiedene Phasen gegliedert. Zum besseren Verständnis wird zunächst in der Anfangsphase der Entstehungskontext der Mailingliste beschrieben. Die Anfangsphase endet mit einem Abkommen mit dem Verlag, in dem vereinbart wurde, den Konflikt bis zum Zeitpunkt des Inkrafttretens des Urhebervertragsrecht ruhen zu lassen.

Die eigentliche Analyse der Mailingliste beginnt mit der Reaktivierungsphase. Die Mailingliste wurde nach einer Ruhezeit wieder aktiviert, als der Konflikt erneut aufbrach. In der Reaktivierungsphase wird über den derzeitigen Stand informiert, werden Hintergrundinformationen gegeben und die Liste kontinuierlich aufgebaut, da immer mehr Betroffene zur Liste hinzustoßen. In der anschließenden Kollektivierungsphase wird ein gemeinsames Vorgehen beschlossen, in der darauf folgenden Aktionsphase sollen die Listenteilnehmer nunmehr aktiv werden. Es folgt die Reaktionsphase, in der die Reaktion von Seiten des Verlages beschrieben wird. Die Aktivitäten der Liste enden in einer Ambivalenzphase, die Liste wird inaktiv, ohne dass ein konkretes Ergebnis zu verzeichnen wäre. Aus den Texten der Mailingliste lässt sich nicht ermitteln, ob die Aktion unter den Teilnehmern als Erfolg gewertet wird. Im Fazit (8.4.4) werden die Ergebnisse der Analyse der Mailingliste daher auch kritisch reflektiert und hinsichtlich der Möglichkeiten und Grenzen kollektiven Handelns im Netz diskutiert.

Anfangsphase: 2000 - 2003

Zum Entstehungshintergrund: Die Mailingliste wurde durch die Journalistin Susanne Schmid⁷¹ im Sommer 2000 ins Leben gerufen. Sie erhielt das oben erwähnte Schreiben vom Verlag mit der Bitte, den neuen Geschäftsbedingungen zuzustimmen. Sie wollte ihre Rechte jedoch nicht ohne jegliche Gegenleistung abtreten und unterschrieb nicht. Da sie den Konflikt nicht alleine mit dem Verlag austragen wollte, suchte sie per Email und Telefon Kontakt zu Journalisten, die ebenfalls für den Verlag tätig waren. Sie wollte wissen, wer das Schreiben ansonsten noch erhalten habe und wie darauf reagiert wurde. Susanne Schmid arbeitet in erster Linie für eine Beilage der Zeitung, weswegen sie annahm, dass in den Zentralbereichen die neuen Bedingungen bereits durchgesetzt wurden, die Beilagenredaktion lediglich nachziehen würde. Diese Annahme stellte sich jedoch als falsch heraus:

„Anfangs dachte ich mir, in den Hauptredaktionen haben sie die neuen Bedingungen früher diktiert als in der Redaktion, für die ich arbeite. War aber nicht so, unsere Redaktion war früh dran, dies hat sich im Laufe des Geschehens herausgestellt. Ich dachte zuerst, ich könnte mich an was dranhängen, habe dann festgestellt, dass ich selber Motor sein muss, wenn ich will, dass was läuft.“ (Interview Nr. 35: 25 - 29)

Nachdem klar war, dass sie „selber Motor sein muss“, begann sie im Schneeballsystem mit dem Aufbau eines Mailverteilers. Susanne Schmid erkundigte sich bei ihr bekannten freien Mitarbeitern des XY-Verlages und vernetzte sie. Ziel des Mailverteilers war zunächst herauszufinden, wer den Brief bekommen hatte und wie darauf reagiert wurde. Zu Beginn der Liste bezogen sich die wesentlichen Fragen auf mögliche juristische Auswirkungen, notwendige Reaktionen der Freien sowie das Verhalten der angestellten Redakteure gegenüber den freien Mitarbeitern. So wurde vereinbart, die fest angestellten Redakteure zu informieren, da nicht davon ausgegangen werden konnte, dass sie das Schreiben des Verlags an die freien Mitarbeiter kannten. Darüber hinaus sollten die Redakteure des Verlages zur Unterstützung gewonnen werden. Diese wurde als notwendig erachtet, da die neuen AGB von den jeweiligen Redaktionen gegenüber den freien Mitarbeitern durchgesetzt werden sollten. Für die Redakteure entstand damit eine Zwangssituation: Auf der einen Seite wollten sie auf die zum Teil langjährige Zusammenarbeit mit den freien Journalisten, die nicht unterschrieben haben, nicht verzichten. Auf der anderen Seite wurden die Redakteure von Seiten des Verlages unter Druck gesetzt, die neuen Bedingungen durchzusetzen.

⁷¹ Alle Namen wurden anonymisiert.

Im Zusammenhang mit dem Konflikt stand die geplante Urhebervertragsrechtsnovelle im Zentrum der Diskussion. Dazu wurden die unterschiedlichen Positionen der Gesetzesnovelle diskutiert. Die Problematik der unberechtigten Mehrfachnutzung war ebenfalls Thema, da diverse Verlage Artikel verschiedener Journalisten für ihre Onlineauftritte bereits nutzten, obwohl sie dafür kein Nutzungsrecht hatten.⁷² Sie verweist darauf, dass der Verlag seit Jahren ihre Artikel in ihrem kostenpflichtigen Onlinearchiv zum Weiterverkauf anbietet.

Einige Journalisten informierten darüber, dass der Verlag bereits Texte an diverse Internetdatenbanken verkauft hatte oder in anderen Medien Artikel abgedruckt wurden, ohne dass die Journalisten darüber informiert wurden, geschweige denn ein Honorar erhalten hätten.

Über die Vernetzung wurde schnell deutlich, dass der Wunsch des Verlages nach neuen AGB keineswegs ein Alleingang war, sondern dass bundesweit weitere Verlage mit nahezu identischen Anschreiben agierten. Dadurch konnte ziemlich sicher davon ausgegangen werden, dass die Verlage ein gemeinsames Vorgehen verabredet hatten, um damit das geplante Urhebervertragsrecht zu unterlaufen.

Zur Entschärfung des Konfliktes wurde die Notwendigkeit diskutiert, mit der Verlagsleitung nach einer einvernehmlichen Lösung zu suchen. Hierzu sollte im Verlag ein Treffen vereinbart werden, das Anfang 2001 stattfand. Mit dem Treffen sollte deutlich gemacht werden, dass die freien Journalisten ihre Interessen gegenüber dem Verlag auch gemeinsam vertreten. Die Idee einer gemeinsamen Veranstaltung im Verlag wurde von Susanne Schmid vorgeschlagen und in der Liste auch positiv aufgenommen. Die Vorbereitung der Veranstaltung war für die Organisatoren äußerst spannend, da bis zur Veranstaltung unklar blieb, wer aus dem virtuellen Raum auch am realen Ort auftauchen würde:

„Bei der Vorbereitung der Veranstaltung waren wir völlig nervös, da es völlig unklar war, wer denn kommen würde. Klar war, dass die Auswärtigen eher nicht kommen, aber es war auch nicht davon auszugehen, dass diejenigen, die in der Liste aktiv sind, auch bei der Veranstaltung teilnehmen würden. Tatsächlich waren auch viele da, die sich in der Liste nicht aktiv zu Wort melden. Als wir dann sahen, dass 20 - 30 Leute kamen, waren wir ganz schön erleichtert.“ (Interview Nr. 36: 33 - 37)

Die Unverbindlichkeit der Liste wurde in der Vorbereitung durch die ständige Exitoption zum Problem. Es war völlig unklar, ob in der Liste getroffenen Ver-

⁷² Auch vor Inkrafttreten des neuen Urheberrechtsgesetzes hätten die Verleger die Nutzungsrechte von den Autoren erwerben müssen, was sie jedoch in vielen Fällen nie getan haben.

abredungen auch eingehalten und umgesetzt werden würden. Mit der Teilnahme an der Veranstaltung musste man offen und auch für den Verlag erkennbar für seine Interessen eintreten. Dazu mussten die Listenteilnehmer aus der Anonymität der Liste heraustreten und für ihre Interessen eintreten. Nachdem sich die wenigsten Listenteilnehmer persönlich kannten, man sich auch noch nie begegnet war, war die Einschätzung, wer zur Veranstaltung kommen würde, sehr schwer.

Das Treffen im Verlag war für Susanne Schmidt sehr wichtig, weil man sich erstens kennen lernte und zweitens das weitere Vorgehen direkt diskutieren und abprechen konnte. Dies führte auch dazu, dass eine Vertrauensbasis hergestellt werden konnte.

„Als am nächsten Tag der Bericht über die Veranstaltung über die Liste lief, konnte man sagen: ‚Wir haben das weitere Vorgehen so und so beschlossen.‘ Damit waren wir nahezu demokratisch legitimiert. Das reale Treffen war für die Existenz der Liste dadurch sehr wichtig, man sieht reale Menschen statt Emailadressen. Man muss an einem gemeinsamen Ort zusammen kommen. Die Veranstaltung war so was wie eine vertrauensbildende Maßnahme: Da konnte man auch sehen: Wer meldet sich denn zu Wort gegenüber der Geschäftsleitung.“ (Interview Nr. 36: 39 - 45)

Die Veranstaltung wurde von den freien Journalisten als großer Erfolg gewertet. Als Ergebnis wurde beschlossen, zunächst das Inkrafttreten des Urhebervertragsgesetzes abzuwarten, danach sollten weitere Verhandlungen aufgenommen werden: Bis zu diesem Zeitpunkt sicherte der Verlag zu, auf Sanktionen gegenüber freien Mitarbeitern zu verzichten, die die AGB nicht unterschrieben hatten. Konsens war zudem, dass man zu einer Verhandlungslösung kommen wollte. Dies war bei diesem Treffen noch nicht möglich, da um das Urhebervertragsgesetz noch heftig gerungen wurde und der Verlag aus verbandspolitischen Gründen vor Inkrafttreten des neuen Gesetzes keine Vorreiterrolle einnehmen wollte. Man verständigte sich deswegen auf ein „Stillhalteabkommen“, solange die rechtliche Situation ungeklärt sei. Dieses Stillhalteabkommen war ein wichtiges Ergebnis und ist als ein erster Erfolg der virtuellen Vernetzung zu werten, obwohl es noch zu keiner generellen Konfliktlösung kam. Ohne das Netzwerk wäre die Veranstaltung nicht möglich gewesen, da man nichts voneinander gewusst hätte. Die Vernetzung war damit eine wichtige Voraussetzung. Allerdings war das direkte Treffen im Verlag ebenso wichtig, da dies die Vertrauensbasis zwischen den Selbstständigen erhöhte. Im Anschluss an das Abkommen zwischen Verlag und Autoren wurde es aufgrund des Stillhalteabkommens ruhig in der Liste, es waren kaum mehr Aktivitäten zu verzeichnen. Auch nach dem Inkrafttreten des Urhebervertragsrechts hat der Verlag seine Praxis gegenüber den freien Mitarbeitern zunächst nicht geändert. Sie werden zwar nicht mehr explizit aufgefordert, die

AGB zu unterschreiben, allerdings sind diese nach wie vor auf den Zahlungsanweisungen abgedruckt.

„Und dann ist drei Jahre gar nichts passiert, also auch von Verlagsseite gab es keine Reaktionen auf die Proteste oder Protestbriefe, und von daher gab es dann auch in der Liste eine lange Phase, wo auch nicht viel passiert ist.“ (Interview Nr. 31: 139 - 141)

Soweit zum Hintergrund und zur Entstehungsgeschichte der Mailingliste. Mit der nun folgenden Reaktivierungsphase, in der die Liste erneut aktiv wird, beginnt nunmehr die konkrete Auswertung der Mailingliste.

Reaktivierungsphase (März 2004)

Die Mailingliste wird von Josef Torfeld im März 2004 aus dem „Dornröschenschlaf“ geweckt. Er möchte sich über den Stand der Verhandlungen mit dem Verlag informieren. Nachdem er für den Verlag seit geraumer Zeit nicht mehr gearbeitet hatte, hat er die Auseinandersetzung auch nicht mehr intensiv verfolgt. Nunmehr ist er aber wieder für den Verlag tätig und stellt fest, dass auf den Abrechnungen die Bedingungen stehen, welche man abgelehnt hatte. Vor diesem Hintergrund erkundigt er sich nach dem Ergebnis der Verhandlungen und will wissen, ob es noch Kolleginnen und Kollegen gibt, die den neuen AGBs nach wie vor widersprechen.

Da die Liste sich nicht aufgelöst hatte, sondern lediglich inaktiv wurde, konnte sie ohne Aufwand erneut aktiviert werden. In den folgenden zwei Tagen findet ein reger Informationsaustausch darüber statt, wie seit der Gründung der Liste mit den neuen AGB umgegangen wurde. Dabei wird deutlich, dass der Verlag bereits Artikel ohne Honorar vom Verlag weiterverwertet wurden. Eine Journalistin weist darauf, dass ihre Artikel und Fotos nachgedruckt wurden, ohne dass sie hierfür ein Honorar erhalten hätte. Sie wurde vom Verlag über die weitere Verwertung auch gar nicht informiert. Erneut wird diskutiert, ob die neuen AGB als akzeptiert gelten, wenn ihnen nicht explizit widersprochen wurde.

Ein weiteres Mal wird deutlich, dass es juristisch keine klaren Aussagen gibt, ob die neuen AGB als akzeptiert gelten, wenn die Zahlungsanweisung, ohne ausdrücklichen Widerspruch eingelöst wird. Im Umgang mit den AGB verfolgen die Selbstständigen unterschiedliche Strategien: Einige Autoren haben die neuen AGB einfach ignoriert und gehen davon aus, dass die Praxis des Verlags juristisch nicht haltbar ist. Ihrer Ansicht nach haben sie die Rechte an den Verlag nicht abgetreten. Begründung wurde dies damit, dass die neuen Geschäftsbedingungen nur dann rechtswirksam werden, wenn die Autoren dem auch explizit, z.B. durch Unterschrift akzeptiert hätten. Dies sei jedoch nicht passiert. Von daher – so die Argumentation – seien die neuen AGB nicht rechtswirksam.

Andere wollten sich nicht darauf verlassen, dass eine Nichtreaktion auch zur Nichtakzeptanz der AGB führen würde, und haben deshalb offensiv widersprochen. Dazu wurden die neuen AGB bei jeder neuen Zahlungsanweisung erneut abgelehnt. So verweist ein Journalist darauf, dass er über den Zeitraum eines Jahres jede einzelne Abrechnung mit einem Widerspruchsschreiben beantwortet hat.

Einen Hinweis darauf, dass Selbstständige die neuen AGB akzeptiert und unterschrieben haben, gibt es nicht. Auf eine konkrete Nachfrage hierzu hat sich niemand geäußert. Der Verlag hat jedoch gegenüber verschiedenen freien Mitarbeitern geäußert, dass die große Mehrzahl der freien Autoren die AGB bereits unterschrieben hätten. Allerdings stellte sich heraus, dass dies in erster Linie die nebenberuflichen Autoren des Verlages waren (vgl. Interview Nr. 31). Diese stehen meist in einem festen Arbeitsverhältnis (z. B. Lehrer, Wissenschaftler); die freie Mitarbeit beim Verlag dient mehr dem Prestige, denn dem Erwerb. Dennoch wird im weiteren Verlauf der Diskussion in der Mailingliste deutlich, dass einige Selbstständige aus Angst vor Sanktionen unterschrieben haben.

Diskussionsphase (April 2004)

Zwei Wochen später erlangt die Nachfrage von Josef Torfeld erneute Aktualität. Die freie Journalistin Angela Dorn berichtet, dass sie vom Verlag ein Schreiben erhalten habe mit der Aufforderung die neuen AGB durch ihre Unterschrift zu akzeptieren. Über die Mailingliste teilt sie mit, dass sie diese Unterschrift nicht leisten wird, da sie damit alle ihre Rechte an den Texten abgeben würde. Sie will dem Verlag mitteilen, dass sie lediglich mit einem einmaligen Abdruck einverstanden sei. Aus den nachfolgenden Rückmeldungen wird schnell ersichtlich, dass viele dieses Schreiben erhalten hatten. Allerdings wurde keine Frist gesetzt, innerhalb derer die Unterschrift geleistet werden soll. In der Diskussion setzt sich deshalb die Position durch, das Schreiben erstmal zu ignorieren. Ein Listenteilnehmer schlägt vor, die Redakteure, mit denen man zusammenarbeitet, über das Schreiben des Verlages zu informieren, da er davon ausgeht, dass die Redakteure über das Schreiben nicht informiert sind. Das vorgeschlagene Vorgehen wird positiv diskutiert, da man sich von den einzelnen Redaktionen bzw. Redakteuren Unterstützung erhofft. Zu Beginn des Konfliktes um das Urhebervertragsrecht wurden die freien Journalisten von den Redakteuren teilweise tatkräftig unterstützt.

Über die Liste wird anschließend abgefragt, wer Kontakte zu welchen Redaktionen hat, und organisiert, wer wen informieren kann. Damit soll auch geklärt werden, wie die verschiedenen Redaktionen mit den freien Mitarbeitern umgehen, welche die neuen Bedingungen nicht akzeptieren. In dem Informationsaustausch, der in den folgenden zwei Tagen stattfand, wird ersichtlich, dass die diversen Re-

daktionen unterschiedlich verfahren. Nicht alle Redaktionen haben den Druck des Verlages, die Unterschrift zu leisten, in vollem Umfang an die Selbstständigen weitergegeben.

Kollektivierungsphase (Mai 2004)

In der nun folgenden Phase wird versucht ein gemeinsames Vorgehen zu vereinbaren. Dazu bringt der Journalist Uwe Ringler im Mai 2004 den Vorschlag ein, einen Brief an den Verlag zu schreiben, in dem die Freien gemeinschaftlich die Verweigerung der Unterschrift erklären sollen. Dabei verweist er darauf, dass sich nur durch ein gemeinsames Vorgehen verhindern ließe, dass einzelne Freie wegen ihrer Unterschriftsverweigerung den Auftraggeber verlieren.

Damit tritt die Mailingliste in eine neue Phase, da nunmehr darüber diskutiert wird, ob und gegebenenfalls wie man gemeinsam gegen den Verlag vorzugehen gedenkt. In dieser Situation wird die Notwendigkeit des Briefes an den Verlag noch mal begründet. Es wird darauf verwiesen, dass eine Abtretung der Rechten langfristig für alle Journalisten zu Einkommensverlusten führen würde.

Neben dem Brief schlägt Uwe Ringler vor, einen Aufruf an die Redakteure zu verfassen mit der Aufforderung, die Freien in der Auseinandersetzung mit dem Verlag zu unterstützen. Die Initiative von Uwe Ringler wird in den folgenden Mails begrüßt, die Beteiligung an einem Schreiben oder offenen Brief bekräftigt. Es folgen unterstützende und bekräftigende Mails sowie Vorschläge zum Verfahren und zu weiteren Aktivitäten. So wird auch die Möglichkeit eines offenen Briefes angesprochen um sich über den Redaktionskreis hinaus Unterstützung zu organisieren.

Verschärfung des Konfliktes (Juni 2004)

Mitte Juni 2004 verschärft sich die Situation. Angela Dorn berichtet, dass sie nunmehr ein zweites Schreiben des Verlages – diesmal mit Fristsetzung – erhalten habe. Bis zum 30.06.04 soll sie dem Verlag mitteilen, dass sie die neuen AGB akzeptiert.

Die Rückmeldung von weiteren Journalisten ergibt, dass sie den Brief ebenfalls erhalten haben. Die Situation scheint sich weiter zuzuspitzen: Es wird berichtet, dass die Redakteure nunmehr vom Verlag angewiesen sind, nur noch Aufträge an Freie zu vergeben, welche die neuen AGB akzeptiert haben. Ein Journalist berichtet, dass er von einem Redakteur erfahren habe, dass jeder Freie, der die neuen AGB nicht unterschreibt auf eine schwarze Liste komme. Die Redakteure seien nunmehr vom Verlag angewiesen keine Beiträge mehr von Autoren anzunehmen, welche die AGB nicht akzeptiert haben.

Die nachfolgende Diskussion auf der Liste ergibt, dass es auch bei den „schwarzen Listen“ seitens des Verlages kein einheitliches Vorgehen gibt. Einige, die die AGB nicht unterschrieben haben sind weiterhin für den Verlag tätig. Manche Redakteure haben den Druck auf die Selbstständigen nicht verschärft, da sie es nicht als ihre Aufgabe ansahen, für die Unterschrift der Freien verantwortlich zu sein.

Die Verlagsleitung versucht verstärkt, die freien Mitarbeiter zur Unterschrift zu bewegen. Eine Journalistin berichtet, dass sie vom Verlag erfahren habe, dass alle freien Mitarbeiter die neuen AGB bereits unterschrieben hätten und sie die Einzige ist, die es noch nicht getan habe. Sie hatte noch nicht unterschrieben, war jedoch stark verunsichert und fragt über die Liste nach, ob die Aussage des Verlages richtig sei. Aus den Rückmeldungen wird erneut deutlich, dass die Behauptung des Verlages nicht der Wahrheit entspricht. Einige teilen mit, dass sie ebenfalls noch nicht unterschrieben haben, der Verlag sie jedoch mit der gleichen Argumentation zur Unterschrift zu bewegen versuchte.

„Ich habe jetzt gerade letzte Woche von meinem Redakteur gehört, er sei von der Sekretärin des Justitiariats angerufen worden, ich sei der Einzige, der noch nicht unterschrieben habe. Und er solle doch dafür sorgen, dass ich das jetzt mache. Dann hat er mir das gesagt, dann habe ich ihm zurückgeschrieben, ich sei natürlich gesprächsbereit, allerdings sei das kein Versehen, sondern Absicht, dass ich nicht unterschreibe und ich hätte auch nicht die Absicht zu unterschreiben, solange nicht irgendwer offiziell mit mir darüber spricht und eben auch geklärt ist, zu welchen Bedingungen ich das unterschreibe und meine Rechte abtrete (...).“ (Interview Nr. 31: 199 - 208)

Aktionsphase (Juni 2004)

Uwe Ringler, der den Vorschlag für den gemeinsamen Brief eingebracht hat (vgl. Mail Nr. 62), schlägt als Reaktion auf die befürchtete „schwarze Liste“ eine konzentrierte Aktion vor. Am Tage des Fristablaufes, den 30.06.2004, sollen von den Freien nahezu gleich lautende Widerspruchsschreiben beim Verlag eingehen. Darüber hinaus soll in Form eines offenen Briefes, der sowohl an gewerkschaftliche Publikationen, an den Internetauftritt von mediafon, an Medienredaktionen von Rundfunksendern sowie an Zeitungen und Nachrichtenagenturen gehen sollte, auf die Situation der Freien hingewiesen werden.

Der Vorschlag wird sehr positiv aufgenommen. Nachfolgende Mails (13 Mails am gleichen oder darauf folgenden Tag) unterstützen den Vorschlag von Uwe Ringler. Er gibt bekannt, dass er einen Vorschlag für ein Schreiben an den Verlag, wie für den offenen Brief ein paar Tage vor Ablauf des Ultimatums vorab über die

Liste verschicken wird. Dieses Vorgehen wird allgemein begrüßt, da der Unmut über den Verlag zunimmt.

Am 15.06. formuliert Werner Hirner eine Gegenposition zum gemeinsamen Brief, in dem der kollektive Weg kritisiert und ein individuelles Vorgehen favorisiert wird. Er verweist darauf, dass seine finanzielle Situation nicht zulässt, auf den Verlag als Auftraggeber zu verzichten. Obwohl er das Vorgehen des Verlages nicht befürwortet, werde er dennoch die neuen Bedingungen akzeptieren. Er betont, dass dies seiner Ansicht nach keine großen Auswirkungen haben werde. Der Unterschied sei lediglich, dass die Artikel statt im Archiv nunmehr im Internet lagern.

Darüber hinaus will er wissen, wer sonst noch vom Verlag abhängig ist und deswegen den Widerspruch nicht abschicken möchte. Es meldet sich lediglich eine Journalistin, die das Widerspruchsschreiben ebenfalls nicht unterschrieben hatte. Sie kann es sich finanziell nicht leisten, auf den Verlag als Auftraggeber zu verzichten. Die Gegenposition, den Brief nicht abzuschicken, findet auf der Liste keine weitere Unterstützung, es findet aber auch keine Diskussion dazu statt.

Am folgenden Tag wird von Uwe Ringler der Entwurf des Schreibens an den Verlag über die Liste verschickt. Der Brief findet große Zustimmung und Uwe Ringler wird für sein Engagement sehr gelobt. Es werden noch individuelle Änderungsvorschläge bekannt gegeben und noch mal bestätigt, den Brief zum Stichtag an den Verlag zu schicken. Am 21. Juni folgt der Entwurf für den offenen Brief, der ebenfalls am 30.06. verschickt werden soll. An diesem offenen Brief gibt es Kritik: „Er klingt zu sehr nach Revoluzzer“ (Mail Nr. 200). Von daher wollen einige den Brief nicht unterschreiben. Aus der Liste kommt dann das Angebot, den offenen Brief zu überarbeiten, die überarbeitete Version wird vier Tage vor dem Stichtag verschickt.

Am 30.06., den vom Verlag vorgegebenen Stichtag, teilen lediglich vier Journalisten mit, dass sie das Widerspruchsschreiben an den Verlag abgeschickt haben. Zwei weitere erklären, dass sie das Schreiben in einer abgeänderten Form abgeschickt haben. Damit haben sie dem Verlag weitere Nutzungsrechte abgetreten, allerdings nicht in dem Umfang, wie der Verlag dies eingefordert hatte. Dass sie die AGB – wenn auch mit Einschränkungen – akzeptiert hatten, wurde von einigen kritisiert.

Außer den sechs Rückmeldungen gibt es keine weiteren Hinweise, dass das Schreiben von weiteren Journalisten abgeschickt wurde. Es gibt allerdings auch keine gegenteiligen Mitteilungen, dass das Schreiben nicht abgeschickt worden wäre. Insgesamt erscheint die Rückmeldung sehr gering. Sie ist deutlich geringer, als die Bereitschaft zur Beteiligung im Vorfeld vermuten ließ. Über die genaue

Anzahl der verschickten Protestbriefe lässt sich nichts aussagen, da dies innerhalb der Liste in keiner Weise dokumentiert wurde.

Reaktionsphase (Juli – September 2004)

Anfang Juli, eine Woche nach Fristablauf, teilt ein Journalist mit, dass er vom Verlag die Mitteilung erhalten habe, künftig keine Aufträge mehr zu erhalten. Er ist seit über 20 Jahren als freier Mitarbeiter für den Verlag tätig. Dass dieser nunmehr die Zusammenarbeit beendet, trifft den Autor mehr persönlich als finanziell, da sowohl das Auftragsvolumen, als auch das dafür bezahlte Honorar sehr gering gewesen seien. Er teilt allerdings mit, dass er nun, nachdem die Zusammenarbeit seitens des Verlages aufgekündigt wurde, auf juristischem Wege die Honorare für missbräuchliche Mehrfachnutzung einklagen werde. Über sein weiteres Vorgehen will er die Liste auf dem Laufenden halten.

Andere Listenteilnehmer berichten, dass sie trotz eingelegten Widerspruchs keine Schwierigkeiten mit dem Verlag bekommen haben. Redakteure bekräftigen, dass es keine Anweisung gibt, an „Nicht-Unterzeichner“ keine Aufträge mehr zu vergeben. Dies scheint sich im September 2004 zu ändern: Aus einem Mail einer Redaktion an eine freie Mitarbeiterin wird deutlich, dass der Verlag nunmehr beabsichtigt zu Sanktionen zu greifen. Es wurden alle freien Mitarbeiter angeschrieben, die das ausgesandte Schreiben noch nicht unterzeichnet haben. Dabei verweist der Redakteur noch mal darauf, dass er seitens der Verlagsleitung verpflichtet wurde, Autoren, die die Vereinbarung ablehnen, nicht mehr zu beschäftigen.

Dies führt erneut zu Unmut. Allerdings beteiligen sich an der Debatte nur noch ganz wenige. Es gibt zunächst keine Rückmeldungen mehr auf die konkrete Anfrage. Dies ist erstaunlich, denn es wäre anzunehmen gewesen, dass nunmehr auch verschärft reagiert wird, nachdem der Verlag seine Gangart verschärft hat. Dies ist allerdings nicht der Fall.

Ambivalenzphase (ab September 2004)

Von September bis zum Jahresende 2004 findet nur noch wenig Kommunikation statt. Der konkrete Konflikt mit dem Verlag XY ist als Thema nahezu verschwunden. Vereinzelt Mails geben unterschiedliche Informationen weiter, behandeln inhaltlich aber lediglich Randthemen: Es wird über die Situation des Urheberrechts in Frankreich berichtet, zu einem Stammtisch eingeladen, sowie zum Stand der Vergütungsregelungen von Freien an Tageszeitungen und Zeitschriften informiert.

Mitte November kommt es zu erneut zu einer Anfrage ob es noch Autoren gibt, die nach wie vor für die XY schreiben, aber den Vertrag immer noch nicht unterschrieben haben. Diese Mail erinnert sehr stark an die Initialmail, mit der die Liste

reaktiviert wurde. Die anfragende Journalistin bittet darum, ihr die Beantwortung der Frage persönlich zu mailen. Damit will sie wohl erreichen, dass sich auch Journalisten melden, welche die AGB mittlerweile unterschrieben haben, dies aber nicht in der Liste öffentlich machen wollen.

Es melden sich acht Journalistinnen und Journalisten, dass sie nach wie vor nicht unterschrieben haben, zwei, dass sie die Unterschrift nunmehr geleistet haben. Der Konflikt mit dem Verlag wird nicht mehr weiter thematisiert, ein gemeinsames Vorgehen scheint nicht mehr Thema zu sein. Die Liste fällt erneut in einen Dornröschenschlaf.

8.4.4 Möglichkeiten und Grenzen einer Politik durch Kommunikation

Aus der Beschreibung des Diskussionsprozesses in der Mailingliste lässt sich als erstes Fazit festhalten, dass sie ein adäquates und hilfreiches Instrument für den Informationsaustausch darstellt. Ein großer Vorteil ist, dass alle Teilnehmer gleichzeitig informiert werden können und damit alle über den gleichen Informationsstand verfügen. Diese Transparenz kann das Entscheidungshandeln der Einzelnen beeinflussen, da sie über mehr Informationen verfügen. Allerdings erscheinen Mailinglisten zur Organisation differenzierter Diskussions- und Abstimmungsprozesse und zur Durchsetzung kollektiver Interessen nur ein unzureichendes Instrument zu sein. Die Verabredung zu gemeinsamem Handeln ist sehr schwierig, und wo sie erfolgt, bleibt die Verbindlichkeit unklar. Am Ende lässt sich nicht mit Bestimmtheit sagen, ob die Aktion kollektive Wirkung hatte. Es muss offen bleiben, ob sie zu einem koordinierten Verhalten der einzelnen Akteure führte, das auch als solches wahrgenommen wurde. Zudem weiß man nicht, ob der Verlag die Aktion als eine kollektive erfuhr; oder ob er das Vorgehen der Listenteilnehmer letztlich als die Summe einer Reihe von individuellen Aktionen beurteilte. Es bleibt deswegen auch offen, ob die Aktion das Solidargefühl unter den Listenteilnehmern stärkte und ob die Individuen die Erfahrung machten, gemeinsam etwas erreicht zu haben. Das Datenmaterial gibt über diese Punkte keinen Aufschluss, denn es gab letztlich keinen Austausch über das Ergebnis der Aktion und keine (messbare) Reflektion über das Erreichte.

Diese hier thesenhaft vorgetragenen Ergebnisse und Schlussfolgerungen werden in der nachfolgenden Analyse zu Stärken und Schwächen netzbasierter Diskussionsprozesse detailliert ausgeführt. Dazu werden zunächst die Ergebnisse der formalen Analyse der Mailingliste dargestellt, im Anschluss daran wird die inhaltliche Interpretation der Auswertungsergebnisse vorgestellt.

Statistics

Die nun folgende Analyse der Mailingliste umfasst einen Zeitraum von zehn Monaten (März 2004 - Januar 2005), in dem 304 Mails verfasst wurden.⁷³ Im Analysezeitraum gab es an 60 Tagen Emailverkehr. Es gab also immer wieder Zeiten, an denen die Mailingliste inaktiv war. Die Analyse beginnt zum Zeitpunkt der Reaktivierungsphase und verfolgt sie bis zum erneuten Erliegen.

Bei der Mailingliste handelt es sich um eine geschlossene Liste, die eine Anmeldung beim Moderator erfordert. Mit der Zugangskontrolle sollte vermieden werden, dass die Verlagsleitung – zumindest offiziell – die Diskussion in der Mailingliste mitverfolgen kann. Der Moderator hat die Zu- und Abgänge der Liste organisiert, aber innerhalb des Diskussionsprozesses keine moderierende Funktionen übernommen. Im Analysezeitraum hatten ca. 150 Personen die Mailingliste abonniert. Dabei handelt es sich überwiegend um freie Journalisten, die für den Verlag XY arbeiten oder zumindest gearbeitet haben.

Die nachfolgende Tabelle gibt Auskunft über die Häufigkeitsverteilung des Mailverkehrs:

Anzahl der Personen	Anzahl der Mails pro Person	Mails insgesamt	Anzahl der Mails in % (kum.)
17	1	17	31,48 %
11	2	39	51,85 %
3	3	48	57,41 %
3	4	60	62,96 %
2	5	70	66,67 %
3	6	88	72,22 %
1	7	95	74,07 %
2	8	111	77,78 %
1	9	120	79,63 %
6	10	180	90,74 %
1	11	191	92,59 %
1	22	213	94,44 %
1	25	238	96,30 %
1	26	264	98,15 %
1	40	304	100,00 %
54			

Tabelle: Verteilung der Mails nach Personen

In dem angeführten Zeitraum haben sich 54 Personen an der Diskussion beteiligt, die insgesamt 304 Mails verfasst haben. Bei einer Gesamtheit von ca. 150 Abonnenten entspricht der aktive Teilnehmerkreis damit ca. einem Drittel. Einschränkend gilt jedoch anzumerken, dass von den 54 Teilnehmern 17 Personen lediglich ein Mail, weitere 11 Personen nur 2 Mails geschrieben haben. Damit haben 28

⁷³ Allerdings kam es zu weiterem Email-Austausch zwischen einzelnen Listenmitgliedern, der nicht über die gesamte Liste gepostet wurde, und folglich auch nicht vorliegt.

Personen, was ca. 50 % der Beteiligten entspricht, maximal zwei Mails verfasst. Diejenigen, die sich nur einmal zu Wort gemeldet haben, hatten entweder ein konkretes Anliegen, antworteten auf eine Anfrage oder leiteten eine Information weiter. Die Liste wurde neben der Diskussion des Konflikts mit dem Verlag z. T. auch genutzt, um individuelle Fragen zu klären bzw. Unterstützung jenseits der Auseinandersetzung mit dem Verlag XY zu erhalten. Es wird die Hilfestellung bei Honorarfragen erbeten oder auf Veranstaltungen verwiesen. Ob sie die Diskussion mit Interesse begleiteten und ihr Handeln darauf ausrichteten, oder ob sie von dem Konflikt nur gering betroffen waren und sich deswegen kaum zu Wort meldeten, kann nur zum Teil beantwortet werden, da nur mit einigen Listenteilnehmern auch Interviews durchgeführt wurden. Aus den Interviews wurde deutlich, dass die Diskussion in der Liste teilweise lediglich aus Interesse verfolgt wurde, die Befragten zu dem Zeitpunkt konkret nicht betroffen waren, da sie nicht oder nicht mehr für den Verlag tätig waren. Für die Abonnenten der Liste war nicht ersichtlich, inwieweit die Listenteilnehmer vom Vorgehen des Verlages direkt betroffen waren oder nicht.

Die Spitzengruppe umfasst vier Listenteilnehmer, die mehr als 20 Mails verfasst haben, die Spitzenreiterin liegt bei 40 Mails. Diese vier Personen sind die zentralen Akteure in der Liste. Unter den vier Personen befindet sich der Moderator sowie Uwe Ringle, der zentrale Mastermails verfasst und die Diskussion stark bestimmt hat. Zwei weitere Journalistinnen waren im Diskussionsprozess ebenfalls sehr aktiv, haben verschiedene Vorschläge zur Vorgehensweise gemacht und Informationen weitergegeben. Der Kreis der zentralen Diskutanten ist damit eher gering. Dies ist allerdings für Mailinglisten nicht untypisch:

„Alle Sozialräume gliedern sich in unterschiedliche Positionen: In der Mehrzahl sind immer die Lurker, die passiven Zuhörer.“ (Stegbauer 2000: 23)

In einer empirischen Untersuchung zu Mailinglisten kommt Stegbauer zum Ergebnis, dass lediglich 30 % aktiv sind, der Rest sind Lurker, also passive Teilnehmer (vgl. ebenda). Wendet man dieses Verhältnis auf die vorliegende Mailingliste an, so liegt der Anteil der Aktiven etwas darüber, nämlich bei 37 %. Von daher ist die Beteiligung in der hier relevanten Mailingliste als normal zu werten.

Allerdings gibt es innerhalb der Mailingliste auch Hinweise darauf, dass nicht jede Email automatisch an alle Abonnenten geschickt wurde. Damit war die Kommunikation zwischen den Mailinglisten-Teilnehmern folglich höher. Dies kann man einerseits daran erkennen, dass innerhalb der Liste auf Emails Bezug genommen wird, die nicht über die Liste gepostet wurden, sondern von dritter Seite wieder an die Gesamtliste weitergeleitet wurden. In manchen Fällen wird bei Anfragen auch explizit darauf verwiesen, persönlich zu antworten. Dies ist meist

dann der Fall, wenn vermutet wird, dass Mailinglisten-Teilnehmer bestimmte Informationen nicht öffentlich bekannt geben wollen. So bei einer Anfrage, wer die neuen AGB bereits unterschrieben habe. Da der Tenor auf der Liste „nicht unterschreiben“ war, wollten sich offenbar einige nicht auf der Liste outen. Ob sie der Aufforderung nachkamen sich persönlich zu melden, ist nicht bekannt. Auf der Liste gibt es dazu jedenfalls keine Rückmeldungen – auch nicht in anonymisierter Form.⁷⁴

Die Auswertung der Statistics bestätigt die These von Stegbauer, die besagt, dass internetbasierte Sozialräume, ähnlich wie nicht virtuelle Sozialräume, aus Zentrum und Peripherie bestehen. In den meisten Listen existiert ein Zentrum von wenigen Akteuren, während sich der Großteil nur wenig oder gar nicht beteiligt und damit die Peripherie bildet. Die Analysen verweisen auf eine starke Konzentration von wenigen aktiven Teilnehmer, die für die Kommunikation in virtuellen Sozialräumen allerdings von vitaler Bedeutung sind.

„Einige wenige zentrale Akteure, oft gehören hierzu die jeweiligen Listenadministratoren, sind offenbar in der Lage, in dieser Situation einen Ansatz sozialen Zusammenhalts herzustellen.“ (Stegbauer 1995:32)

Auch in realen Gruppenprozessen gibt es zentrale Akteure, die für die Gruppe konstitutiv sind, während andere sich zwar der Gruppe zugehörig fühlen, aber dennoch passive Mitglieder sind. Der virtuelle Sozialraum unterscheidet sich von daher wenig von nicht virtuellen Sozialräumen. Virtuelle und nicht virtuelle Sozialräume sind dennoch nicht identisch. In unterschiedlichen Situationen haben sie ihre Stärken bzw. Schwächen, wie im Folgenden noch gezeigt wird.

In der nun folgenden inhaltlichen Analyse wird der Diskussionsprozess der Mailingliste näher betrachtet. Dabei werden die Stärken und Schwächen netzbasierter Kommunikation deutlich. Diese sind in ihren Auswirkungen durchaus ambivalent zu beschreiben. Der Vorteil der Enträumlichung netzbasierter Kommunikation wendet sich bei der Organisation von Entscheidungsprozessen und kollektivem Handeln zum Nachteil.

Vorteil Informationsaustausch

Der größte Vorteil der Mailingliste war sicherlich, dass die Selbstständigen, die für den gleichen Verlag arbeiten, aber bislang keine oder wenig Informationen voneinander hatten, vernetzt werden konnten. Insbesondere die Vernetzung der räumlich weit verstreuten Selbstständigen war ein großer Erfolg. Kommunikation

⁷⁴ Dies wäre Aufgabe des Moderators gewesen, die Listen-Teilnehmer über das Ergebnis der gesammelten Informationen zu informieren, bzw. den Anfrager darauf zu drängen, dies zu tun, um den Informationsfluss zu gewährleisten.

war ohne Aufwand und ohne Zeitverzögerung weltweit möglich. Diese Vernetzungsqualität war nur im virtuellen Raum zu erreichen.

„Da habe ich dann auch erkannt, welcher Wert da in der Vernetzung steckt. Plötzlich gab es auch Menschen, die sich aus Kanada und aus Großbritannien gemeldet haben. Freie, die da rumhocken und für den gleichen Verlag schreiben und völlig abgeschnitten sind, von dem was sich hier so tut. Und dort völlig allein auf sich gestellt mit etwas konfrontiert werden. Die war dann froh, dass sie in Kanada mitbekommt, was hier läuft, was wird hier diskutiert wird.“ (Interview Nr. 01: 350 - 355)

Darüber hinaus bietet netzbasierte Kommunikation einen geschützten Raum für diejenigen, die sich nicht offen erklären wollen. Auch als passiver Nutzer verfügt man über alle notwendigen Informationen und kann aus der verfolgten Diskussion eigene Schlüsse ziehen. Man kann anonym bleiben und sich dennoch am kollektiven Rahmen orientieren. Passiver Nutzer zu sein bedeutet nicht, dass sich der Teilnehmer generell in Listen passiv verhält. Zum Teil sind Lurker gerade deswegen auf der Liste, weil sie die dort erhaltenen Informationen in weitere Netzwerke einspeisen. So sind auf der Mailingliste auch Journalisten, die für andere Verlage arbeiten, die aber das gleiche Problem haben.

„Wir waren Freie, die in Vancouver, in Singapur, in Frankfurt, in Berlin und in München und sonst wo sitzen und wir hatten dann alle per Mausklick den gleichen Informationsstand. Also wenn irgendjemand mitgekriegt hat in der Redaktion der Süddeutschen oder in der Redaktion der Frankfurter Rundschau oder beim Handelsblatt da ist jetzt in Sachen Urheberrecht dieses und jenes ausgehandelt worden und die Freien sollen dort auf die Art und Weise unter Druck gesetzt werden, dann hat das sozusagen eine Stunde später die ganze Gemeinde gewusst und zwar unabhängig davon, wo sie wirklich sitzen und das ist natürlich einfach praktisch.“ (Interview Nr. 01: 448 - 454)

Damit sind die unterschiedlichen Mailinglisten, die sich thematisch gleichen, miteinander verlinkt. So konnte das Vorgehen des Verlages und auch anderer Zeitungsverlage gut verfolgt werden. Dadurch wurde deutlich, dass die neuen AGB keine isolierte Erscheinung des Verlages XY waren, sondern dass andere bundesdeutsche Verlage ähnlich reagierten.

Exitoption als Vor- und Nachteil

Virtuelle Netzwerke haben oft Ad-hoc- und damit temporären Charakter. Hier liegt eine Stärke netzbasierter Netzwerke. Einer Onlinegemeinschaft kann man ebenso schnell beitreten, wie man sie wieder verlassen kann, ohne hierfür begründungs- oder rechenschaftspflichtig sein zu müssen. Die Liste wird einfach ab-

bestellt und damit ist man draußen. Ein Vorteil oder Reiz virtueller Netze liegt damit in der jederzeitigen Exitoption, da keine längerfristigen Bindungen eingegangen werden müssen. Das kommt einem projektbezogenen Engagement sehr entgegen, erschwert aber auch ein gemeinsames Vorgehen, da sich kein einheitliches Bild über die Willensbildung und Mehrheitsverhältnisse herstellen lässt. Das kann bei denjenigen, die sich aktiv einsetzen und engagieren, zu Frust führen:

„Also da habe ich eher das Gefühl, es machen mal Leute was und mal machen welche es nicht, aber es ist insgesamt schon der große Eindruck einer eher verbreiteten Verantwortungslosigkeit. Also niemand ist so richtig für irgendwas verantwortlich. Irgendwer stellt mal einen Entwurf für einen Brief rein. Da wird ein bisschen daran rundiskutiert, aber es gibt niemanden, oder häufig keinen, der das dann zusammenfasst, die Kritik und einen neuen Entwurf macht. Also das Verfahren scheint sehr mühsam zu sein und ich fühle mich selber auch nicht berufen, oder ich finde das auch zu aufwendig, mich da selber dann aktiv einzuklinken.“ (Interview Nr. 31: 168 - 175)

Virtuelle Netzwerke sind flüchtig, ihre Teilnehmerzusammensetzung ändert sich ständig. Dadurch stellt sich bei virtuellen Netzwerken die Frage nach der Stabilität und Verbindlichkeit der Teilnahme. Diese Flüchtigkeit kann dann zu einem Problem werden, wenn die Organisation und Durchsetzung gemeinsamer Interessen einen langen Atem verlangen. Der Austritt aus einer virtuellen Gemeinschaft ist einfacher als aus einer realen Gemeinschaft, in der die soziale Kohäsion aber auch die soziale Kontrolle bedeutend stärker sind.

Problem der Abstimmung und der Legitimierung

Für die Organisation von Diskussionsprozessen, deren Ziel ein gemeinschaftliches Handeln ist, eignet sich das Instrument der Mailingliste nur bedingt. Bei differenzierten Abstimmungsprozessen scheint es an seine Grenzen zu kommen, was sich an folgenden Punkten verdeutlichen lässt:

Erstens fällt die unterschiedliche Beteiligungsdichte auf. In der Liste gibt es ein eindeutiges Zentrum, das sich auf ganz wenige Akteure beschränkt. Die Mehrheit der Listenteilnehmer hat sich hingegen nie zu Wort gemeldet. Nun heißt dies nicht, dass diejenigen, die sich nicht gemeldet haben, die Mailingliste für ihre Entscheidungsfindung nicht genutzt haben. Es lassen sich aber keine Aussagen darüber formulieren, welche Position sie eingenommen haben und wie sie letztendlich gehandelt haben. Es gibt keine Informationen darüber, ob sich die so genannten Lurker nicht geäußert haben, weil sie nicht betroffen waren, oder das Nichtagieren als Zustimmung der getroffenen Verabredungen gewertet werden konnte.

Ein zweites Problem der Abstimmungsprozesse ist die Unbestimmtheit der beteiligten Personen. Lediglich der Moderator der Liste verfügt über das Wissen, wie viele Mitglieder die Liste hat. Allerdings ist diese Anzahl nicht konstant, sondern ändert sich ständig. Beim Austausch von Informationen und auch bei den Diskussionsprozessen stellt dies kein Problem dar. Schwierig wird es bei der Organisation von Abstimmungsprozessen. Der Vorteil der Unverbindlichkeit von netzbasierter Kommunikation wird bei der Abstimmungen zum gemeinsamen Vorgehen zum Problem: In Mailinglisten gibt es keine gewählten oder anderweitig legitimierten Strukturen, was die aktiven Akteure in eine ungeklärte Rolle bringt:

„Unter Demokratieaspekten ist das sicherlich bedenklich und auch sehr fragil. Man kommt sich autokratisch vor, weil man nicht demokratisch legitimiert ist.“ (Interview Nr. 36: 109 -110)

Ein drittes Problem ist die veränderte Rolle des Moderators im virtuellen Raum. Gerade bei der Organisation von Abstimmungsprozessen im virtuellen Raum ist die Rolle des Moderators besonders wichtig, da ihm die Aufgabe des Koordinierens und Zusammenfassens von Diskussionsbeiträgen obliegt. Er muss eine ähnliche Rolle spielen wie ein Versammlungsleiter bei einer Veranstaltung, allerdings unter anderen Bedingungen. So unterscheidet sich die Moderatorenrolle im virtuellen Raum deutlich von der im realen Raum. In letzterem sind für den Moderator Stimmungen oder Reaktionen oft (auch) körperlich erfahrbar. Dies ermöglicht es, auf eine Stimmung im Raum eingehen und auch adäquat darauf reagieren zu können. Im virtuellen Raum ist die nicht möglich. Susanne Schmid, die die Mailingliste ins Leben gerufen hatte, beschreibt die schwierige Rolle der Moderatorin, die sie in der Gründungsphase der Liste innehatte.

„Im virtuellen Raum ist das immer ein Stochern im Nebel, weil man nicht weiß, ob man die Intention des geschriebenen Wortes auch richtig wiedergibt.“ (Interview Nr. 36: 101-102).

Während der Aktivphase wurde die Mailingliste nur unzureichend bis gar nicht moderiert, was sich als ein großes Problem herausstellte. Die unterschiedlichen Beiträge, Aufforderungen und Vorschläge wurden nicht zusammengefasst, die Diskussion damit auch nicht zielführend strukturiert. So wurde beispielsweise bei sensiblen Anfragen darauf verwiesen, persönlich an einen Listenteilnehmer zu antworten. Allerdings wurden die Listenteilnehmer nicht über das Ergebnis der Abfrage informiert. Dies wäre leicht zu bewerkstelligen gewesen, wenn der Moderator seine Moderatorenfunktion auch wahrgenommen hätte. Von daher ist die Unübersichtlichkeit in der Liste größer, als sie strukturell hätte sein müssen. Für

die Moderation von Mailinglisten sind bestimmte Fähigkeiten, wie z. B. Netzwerkerqualitäten und Kompetenzen erforderlich, die hier offenbar fehlten. Der Moderator entspricht deutlich mehr dem Typ des Communicators, als dem Networker. Im Interview beschreibt er auch, dass er sich in Listen nicht gerne zu Wort meldet, da er befürchtet, dass Fragen als Unwissenheit gedeutet werden könnten.

„(...) ich merke, dass ich zum Teil Hemmungen habe, mir da was rauszuholen oder Fragen zu stellen, wo man sozusagen das persönliche Problem oder das eigene Unwissen offen legen muss. Also mir fällt es leichter, Informationen weiterzuvermitteln, Meinungen zu sagen, Tipps zu geben, als mich da vor einem nicht überschaubaren Kreis da irgendwie so bedürftig zu outen. Weil es sind ja zum Teil doch ziemlich große Kreise. Und da wo es überschaubarer ist, finde ich das leichter. Wenn sich das in irgendeinem Stammtisch rumgruppiert oder wenn man schon die Hälfte der Liste kennt oder so. (Interview Nr. 26: 305 - 311).

Dies führte auch dazu, dass sich die Diskussion zum Teil im Kreis bewegte. Da der Moderator nur als „Gatekeeper“ in Erscheinung trat, in erster Linie die Zu- und Abgänge organisierte, sich aber weder in Diskussionen eingemischt, noch sie moderiert hat, scheint es dem Zufall überlassen gewesen zu sein, welche Vorschläge von der Gruppe intensiver diskutiert und welche erst gar nicht aufgegriffen wurden und damit kommentarlos verschwanden.

Als Resümee lässt sich festhalten, dass Mailinglisten für den Austausch von Einzelstatements sehr hilfreich sind. Durch die verschiedenen Einzelmeinungen konnte sich jeder auf der Liste ein „Stimmungsbild“ machen. Die bestimmende Diskurslinie in der Liste forderte, die neuen AGB nicht zu unterschreiben. Der kollektive Nutzen der Liste kann in erster Linie in der Summe individuellen Handelns liegen. Ein kollektives Handeln ist bei den Selbstständigen nur sehr bedingt möglich – es gibt keine gemeinsamen, gewählten Vertreter, jeder muss individuell die AGB unterschreiben oder eben die Unterschrift verweigern. Die kollektive Wirkung kann sich folglich nur entfalten, indem viele Einzelne – möglichst zum gleichen Zeitpunkt – handeln. Statt kollektivem Handeln entsteht eine neue Form des vernetzten, individuellen Handelns. Dies verweist auch – neben den gemeinsamen Interessen – auf unterschiedliche Interessenkonstellationen.

Problem der heterogenen Interessenlagen

Durch die Vernetzung wurde nicht nur die gemeinsame Problemlage der freien Mitarbeiter deutlich. Es wurde auch deutlich, dass es neben gemeinsamen auch konfligierende Interessen gibt. Die freien Journalisten unterscheiden sich – auch wenn sie für den gleichen Verlag arbeiten – hinsichtlich des Grades der wirt-

schaftlichen Abhängigkeit sowie in den Honoraren, die sie vom Verlag erhalten. Das führt nahezu zwangsläufig zu unterschiedlichen Interessenlagen.

*„Es gab eine Möglichkeit sich zu solidarisieren, gleichzeitig zeigte sich, wie schwierig es ist, das zu tun bei so unterschiedlichen Bedingungen.“
(Interview Nr. 35: 62 - 62)*

Die verschiedenen Handlungsoptionen der Selbstständigen hingen in starkem Maße vom Grad der wirtschaftlichen Abhängigkeit vom Verlag XY ab.

Durch den Austausch in der Mailingliste wurde deutlich, dass die Selbstständigen zu ganz unterschiedlichen Bedingungen für den Verlag tätig waren. Diese Differenzierung zwischen den Selbstständigen erschwerte ein gemeinsames Vorgehen. Da alle für den gleichen Verlag arbeiten, wurde zunächst davon ausgegangen, dass die Bedingungen ähnlich bzw. vergleichbar sind (dass beispielsweise das gleiche Zeilenhonorar bezahlt würde). Die vernetzte Kommunikation ließ sichtbar werden, dass dies keineswegs der Fall war. Die Folge waren teilweise heftige Irritationen innerhalb der Liste, da sich

„sehr schnell gezeigt hat, dass es auch zwischen den Freien sehr große Unterschiede gibt. Dass wir halt in der Beilagenredaktion 1,40 Euro pro Zeile bekommen und die Kollegen in den Außenredaktionen 40 Cent pro Zeile. Die dann natürlich sagen: was regt Ihr Euch denn so auf, für 1,40 pro Zeile würden die ihre Großmutter verkaufen und wir stellen uns plötzlich hin und wollen unsere Rechte nicht weggeben und sie knapsen mit 40 Cent rum. Da haben sich dann ganz neue Problemkreise aufgetan.“ (Interview Nr. 36: 112 - 117)

Diejenigen, die vom Verlag wirtschaftlich abhängig sind, sahen für sich einen geringeren Handlungsspielraum als diejenigen, die kaum für den Verlag arbeiten oder aufgrund des geringen Zeilenhonorars (das im letzten Jahr auch noch gekürzt wurde) beschlossen haben, nicht mehr für den Verlag tätig sein zu wollen. Die finanziell Abhängigen sind vom Verlag viel leichter erpressbar, da sie sich den drohenden Verlust von Aufträgen nicht leisten können. Es wird nachgefragt, ob die Auftragslage der Verweigerer so gut sei, dass sie auf den Verlag als Auftraggeber verzichten könnten.

Eine der Hauptaktiven auf der Liste reagiert direkt auf diese Mail. Auf die Angst, den Auftraggeber zu verlieren wird dabei gar nicht eingegangen, vielmehr wird ein politisches Statement abgegeben, das auf die formulierte Unsicherheit nicht eingeht.

Interessant ist, dass die Hauptaktiven der Liste vom Verlag nicht wirtschaftlich abhängig waren. Eine der Hauptaktiven bezeichnet sich selbst als „keine Vielschreiberin oder tragende Säule“, die Initiatorin der Liste, Susanne Schmid, hat

wegen des geringen Zeilenhonorars die Zusammenarbeit mit dem Verlag eingestellt und ihren Akquisitionsschwerpunkt von den Tageszeitungen weg verlagert. Sie war auch in der glücklichen Lage, sich so entscheiden zu können, denn sie fand neue, lukrativere Auftraggeber. Der Moderator ist ebenfalls kaum für den Verlag XY tätig. Es ist zwar verständlich und nachvollziehbar, dass sich gegenüber dem Verlag diejenigen offen positionieren können, die im Falle von Sanktionen keinen großen Schaden zu befürchten haben, da der Verlag kein großer Auftraggeber ist. Allerdings schwächt es auch die Position der Selbstständigen gegenüber dem Verlag, denn der Druck auf den Verlag in erster Linie durch Frei ausgeübt wird, die kaum für den Verlag tätig sind, während diejenigen, die sehr viel für den Verlag arbeiten schweigen.

Problem der Unübersichtlichkeit und Intransparenz der Ergebnisse

An dem Beispiel der Mailingliste werden die Grenzen netzbasierter Kommunikation deutlich: Die Mailingliste funktioniert, um räumlich verstreut arbeitende Journalisten zusammenzubringen. Allerdings konnte, neben dem damaligen Treffen im Verlag, keine gemeinsame Aktion gestartet werden, bzw. man weiß gar nicht, ob eine stattgefunden hat. Aus den Interviews, die mit Listenteilnehmern durchgeführt wurden, geht hervor, dass niemand einen Überblick hatte, wer am Stichtag das Protestschreiben abgeschickt und sich damit beteiligt hat und wer nicht. Das Vorgehen war zu unübersichtlich, es gab keine legitimierte Vertreter, die auch gegenüber dem Verlag handeln konnten. Die einzelnen Freien wussten nicht, wie sich die Anderen verhalten hatten. Am Ende des Diskussionsprozesses gibt es kein explizites Wissen darüber, ob die gemeinschaftliche Verweigerung der Unterschriften als Erfolg gewertet werden kann oder nicht. Vielmehr entstand eine Situation der Unübersichtlichkeit. Es gab keine Information darüber, wie viele die Unterschrift verweigert haben, wie aus dem folgenden Interviewauszug deutlich wird:

„Wie groß die Widerspruchsquote ist, oder so? Nein, kann ich nicht sagen. Also nein, das ist für mich nicht nachvollziehbar. Es scheinen, ich weiß nicht, es scheinen nicht so super viele zu sein, weil die Resonanzen auch auf Beiträge relativ gering war. Aber ich weiß nicht, ob der Eindruck täuscht oder ob, kann ja auch sein, dass es irgendwo technische Probleme gibt, dass ich irgendwas nicht kriege, möglicherweise.“ (Interview Nr. 31: 265 - 271)

Bestenfalls kann man sagen, dass die inhaltliche Diskussion im Vorfeld dazu geführt hat, dass man sein Handeln daran individuell ausrichten konnte. Aber auch das blieb unklar, weil man auch als Beteiligter nicht wusste, ob die Absichtserklärung, das Schreiben abzuschicken, zu konkretem Handeln führte.

Die Verbindung von realen und virtuellen Räumen

Als Fazit der Vor- und Nachteile netzbasierter Kommunikation am Beispiel der analysierten Mailingliste lässt sich festhalten: Der zentrale Vorteil netzbasierter Kommunikation besteht darin, dass die Erreichbarkeit von Menschen enorm erhöht wird, indem sie von der Präsenz an einem bestimmten Ort (etwa dem Büro mit Festnetzanschluss) entkoppelt wird. Selbstständige, die man aufgrund der oben beschriebenen Arbeits- und Lebenssituation ansonsten nicht oder nur schwer erreicht, können über das Netz angesprochen werden. Damit ist die Voraussetzung zur Verknüpfung derjenigen geschaffen, die ähnliche oder gleiche Probleme haben, die sich aber ansonsten im realen Leben nicht trafen oder gar nichts von einander wüssten. Die Beteiligung an netzbasierten Aktionen hat Geser (2004) als niederschwellig beschrieben und als solche auch kritisiert. Dem gilt es aber entgegen zu halten, dass die Niederschwelligkeit und Unverbindlichkeit der Teilnahme auch die Schwelle für die Beteiligung insgesamt herabsetzt. Damit können Menschen erreicht werden, die ansonsten nicht oder kaum ansprechbar wären. Der Vorteil eines niederschweligen Zugangs ist gleichermaßen der zentrale Nachteil, was an der Unbestimmtheit und Unverbindlichkeit der Ergebnisse deutlich wird.

Dies lässt sich auch anhand der Mailingliste belegen: Am Ende steht weder eine gemeinsame Aktion, noch eine Reflexion über das (Nicht)Ergebnis des geführten Diskussionsprozesses. Vielmehr steht am Ende ein kollektiv beschlossenes Ergebnis, bei dem es kein Wissen darüber gibt, ob es individuell umgesetzt wurde. Dies markiert einen deutlichen Unterschied zu anderen kollektiven Formen, wie z. B. dem Streik, bei dem die Teilnahme vieler den einzelnen stützt und in gewisser Weise auch schützt. Politische bzw. gewerkschaftliche Mobilisierung setzt sowohl die räumliche wie die soziale Anwesenheit (Kopräsenz) von Personen voraus. Es bedarf konkreter Treffen, sowohl als vertrauensbildender Maßnahme, wie auch zur besseren und letztendlich schnelleren Koordination der Vorgehensweise. Allerdings setzte im analysierten Fall das konkrete Treffen im Verlag auch das Bestehen der Mailingliste voraus. Ohne die vorherige Vernetzung und den Informationsaustausch hätte das Treffen nicht zustande kommen können. Man hätte schlicht keine Kenntnis voneinander gehabt. Daher liegt das Erfolgsrezept für vergleichbare Aktionen in der Verbindung von virtueller Vernetzung und realen Treffen.

Wägt man die Chancen und Grenzen eines Vorgehens wie in der beschriebenen Mailingliste gegeneinander ab, kommt man letztlich zu dem folgenden Ergebnis: Die virtuelle Vernetzung war die essenzielle Voraussetzung dafür, die geografisch verstreuten Solo-Selbstständigen überhaupt auf ihre Situation aufmerksam zu machen und auf die Möglichkeit gemeinsamer Aktivitäten hinzuweisen. Dank der Niederschwelligkeit dieser Kommunikationsform konnten Akteure in den Dis-

kussionsprozess eingezogen werden, die man weder kannte oder zu denen andere Zugänge bestanden. Dabei ist es für das Interesse dieser Arbeit zunächst unwesentlich, ob diese Integration in aktiver oder passiver Form geschah; sprich, ob es sich um aktive oder passive Mitglieder der Liste handelte. Denn letztlich entscheidend für eine erfolgreiche Interessenvertretung, die das Internet als Medium einbezieht, und die Herstellung von Solidarität unter lose gekoppelten Mitgliedern einer Mailingliste (wie der untersuchten) ist das Wechselspiel bzw. das aktive Gestalten der Kommunikationen zwischen virtuellen und realen Räumen. Will heißen: Es muss gewährleistet sein, dass Ergebnisse, die unter der Bedingung von Kopräsenz zustande kamen, so in den virtuellen Raum rückgekoppelt werden, das alle potenziell den gleichen Informationsstand haben können.

9 Resümee und Ausblick

Vor dem Hintergrund der dargelegten Daten und Analysen lässt sich feststellen, dass es markante Korrespondenzen zwischen der empirischen Untersuchung und den im ersten Teil der Arbeit diskutierten Theorien gibt. Insbesondere die Typen Virtual Networker und Networked Individualist weisen eine Reihe auffälliger Parallelen zu Castells' Theorie der Netzwerkgesellschaft auf. Im Gegensatz zu den beiden ersten Typen, dem Investigator und Communicator, ist der Umgang mit neuen Technologien beim Virtual Networker und beim Networked Individualist weit mehr als nur professionell und instrumentell. Die beiden ersten Typen nutzen das Internet zwar intensiv, sie verfolgen aber keine Ziele damit, die auf eine soziale Vernetzung hinweisen. Für sie sind das Internet und weitere Netzwerktechnologien reine Produktionsmittel, die sie zur Recherche bzw. allein als Kommunikationsmedien nutzen. Ihre sozialen Kernbeziehungen in lebensweltlichen wie professionellen Kontexten fußen auf Face-to-face-Kontakten, auf direkten Interaktionen und bewegen sich im unmittelbaren räumlichen Umfeld der Akteure. Daher handelt es sich um eher traditionelle Formen der Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung, bei denen soziale Räume und konkrete Orte zusammenfallen.

Die anderen beiden Typen, Virtual Networker und Networked Individualist, hingegen brechen in gewisser Weise mit den gängigen Vorstellungen, die die Soziologie von sozialer Bindung und Integration entwickelt hat. Insbesondere beim Virtual Networker kommt etwas zum Vorschein, was man etwa mit Georg Simmels Theorien der Bedeutung und der Fundierung sozialer Kreise nicht mehr ohne weiteres erklären kann. Das will heißen: die sozialen Beziehungen in diesem Typus basieren auf Kommunikationen mit Abwesenden und mit Personen, die entweder räumlich weit entfernt oder vollkommen unbekannt sind. Anders als etwa beim Briefverkehr, der ebenfalls als kommunikativer Akt mit Abwesenden aufgefasst werden muss, handelt es sich dabei um Kommunikationen mit Interaktionscharakter. Beim Virtual Networker ist die räumliche Entgrenzung am radikalsten, was aber nicht zwangsläufig die Auflösung von sozialen Beziehungen bedeutet. Vielmehr wird räumlichen Entgrenzungsprozessen mit neuen Bindungen (vgl. Manning/Wolf 2005) begegnet, die durch Netzwerktechnologien hergestellt werden. In diesem Typus tritt das „Netz“ als kollektiver Akteur auf; etwa wenn Irmgard Schick sagt, es sei „freigiebig“, ermögliche soziale Beziehungen und schaffe eine soziale Struktur, auf die man sich verlassen kann, ohne dass Aussehen, Interaktionskompetenz oder Charme relevant wären. Für Irmgard Schick fungiert das Netz als ein sozialer Raum, in dem soziale Defizite kaum eine Rolle spielen. Sie kann eine bemerkenswerte soziale Stellung innerhalb der professionellen Community erwerben, die sie „in real life“ bis dahin nie erwerben

konnte. Mittels virtueller Netzwerke gewinnen Virtual Networker soziale Stabilität. Dies korrespondiert mit Ergebnissen aus anderen Untersuchungen, die ebenfalls in die Richtung eines neuen Sozialtypus auf der Basis von Vergesellschaftung im virtuellen Raum weisen (vgl. Döring 2003, Dollhausen/Wehner 2003, Jones 1995).

Das konnektive Potenzial des Internet und seiner Kommunikationstechnologien kommt im vierten Typus am deutlichsten zum Ausdruck. Nicht zufällig, sondern wegen der auffälligen Parallelen zu den Theorien von Castells und den empirischen Studien von Wellmann, wurde die Bezeichnung Networked Individualist gewählt. Die vernetzten Individualisten im Sample dieser Studie belegen, was Wellman und Gulia (1999) mit dem Bild „Netsurfers don't ride alone“ zum Ausdruck bringen. Während man sich beim Virtual Networker fragt, was geschieht, wenn aus irgendwelchen Gründen der Zugang zum Internet und damit zu seinen basalen sozialen Beziehungen abhanden kommt, stellt sich diese Frage bei den Vernetzten Individualisten so nicht. Sie verfügen über genügend soziales Kapital und Kompetenzen, um sowohl die Netzkontakte wie auch die Kontakte im geographischen Raum zu managen, zu pflegen und zu entwickeln. Im Sinne von Kaufmann (2002) kann das als Mobilitätspotenzial (Motilität) bezeichnet werden, das ihre soziale Beweglichkeit ermöglicht. Karin Bohne nutzt die Optionen des Internet und der Infrastrukturen des geographischen Raumes, um eigene Projekte voran zu treiben und selbst gesteckte Ziele zu erreichen. Im Gegensatz zu den Virtual Networkers gelingt den Vernetzten eine hohes Maß an sozialer Stabilität, indem sie virtuelle und face-to-face-basierte soziale Netzwerke pflegen und sich in multiplexen Beziehungen positionieren.

In den Interviewauswertungen ist immer wieder deutlich geworden, dass die Komplexität der sozialen (schwachen wie starken) Bindungen im virtuellen wie im geographischen Raum von den Vernetzten als soziales Kapital und damit auch als eine Art Sicherheitsstrategie begriffen wird: Wenn ein Strick reißt, gibt es genügend andere, die halten werden. Die Netzwerke umfassen dabei sowohl private wie auch berufliche Kontakte. Aus den Netzwerkkarten wird ersichtlich, dass für viele Befragte die Unterscheidung zwischen privaten und geschäftlichen Beziehungen nicht eindeutig ist. Zum Teil findet eine Entgrenzung dergestalt statt, dass Freunde auch als potenzielle Kunden gesehen werden. Berufliche wie private Kontakte, die das Verhältnis von Arbeit und Leben mit bestimmen, werden ohne klare Trennung als Netzwerk interpretiert.

Konkret bedeutet das, dass berufliche Sicherheit dadurch hergestellt wird, dass man vielfältige Kontakte zu Auftraggebern pflegt, damit man sich selbst für oder gegen einen Auftrag entscheiden kann. Genauso wird mit den Kontakten zu Kollegen verfahren. Neben den wenigen stabilen und dauerhaften Beziehungen und

Vertrauensverhältnissen wird eine Fülle an losen, schwachen und fluiden Beziehungen und letztlich auch bloßen Kommunikationen aufrechterhalten.

Mailinglisten wie die in Kapitel 8.4 analysierte, gehören zu diesen losen Kontakten und schwachen Bindungen. Die Interviews zeigen, dass für einige der Nutzer der Mailingliste sich vielfältige Querverweise und Kontakte ergeben haben. Jenseits des eigentlichen Zwecks der Liste, nämlich Gegenmacht zur Position des Verlages aufzubauen, hat sich eine zwar diffuse aber dennoch effektive Vernetzung zwischen den Teilnehmern entwickelt. Die Liste kann jederzeit wieder aktiviert und mit anderen Listen verlinkt werden, um den weiteren Informationsfluss zu gewährleisten. Darüber hinaus wird neben den thematisch bezogenen Kommunikationen eine Reihe von scheinbar nebensächlichen Informationen transportiert, wodurch sich die Nutzer zwar oberflächlich, aber auch nachhaltig kennen lernen konnten. So wurde bekannt, wer welche Zugänge zu welchen Redakteuren oder wichtigen Medienmenschen hat, die gegebenenfalls wichtig werden können. Im Falle einer Recherche weiß man nun unter Umständen, wen man ansprechen kann. Den losen und vielleicht sogar völlig indifferenten Kontakt kann man erneut herstellen, obwohl man sich im engeren Sinne nicht kennt. Der Verweis auf die Mailingliste genügt bereits als gemeinsame Basis für Hilfeleistungen und Kooperation.

Die Grenzen netzbasierter Kommunikation sind allerdings dort erreicht, wo gezieltes, abgestimmtes und koordiniertes Handeln erforderlich ist. Die untersuchte Mailingliste war dort enorm leistungsfähig, wo sie einen gemeinsamen Informationsstand unter den Listenteilnehmern herstellen konnte. Sie war ebenso effektiv darin, den individualisiert und räumlich wie sozial entgrenzt arbeitenden Solo-Selbstständigen ihre Situation zu verdeutlichen und sichtbar zu machen, dass die individuell erlebte Situation für viele gilt. Ihre Grenzen sind offensichtlich an der Stelle erreicht, wo Wissen und Erfahrung in Handeln überführt werden sollten. Als es um eine gemeinsame Aktion gegen die Interessen des Verlages ging, reichten die „weak ties“ der Liste nicht aus, um verbindliche Solidarität sozial zu konstruieren.

Daher ist es eine plausible und forschungsleitende Hypothese, dass neben dem Austausch im virtuellen Raum eine Verabredung unter realer Präsenz der Akteure bedeutsam ist. Konkrete, als gemeinsam definierte Orte (wie etwa das Treffen im Verlag) haben große Relevanz, wenn es darum geht, gemeinsames Handeln, Verbindlichkeit und Wirkung zu erzielen. Der virtuelle Raum, den eine Mailingliste erzeugt, muss durch reale Orte ergänzt werden, um stabile Kollektivität zu erzeugen. Damit scheint sich auf den ersten Blick die These von Geser (2004) zu bestätigen, der netzbasierten Protestformen aufgrund der Unverbindlichkeit wenig Erfolgsaussichten beimisst. Dies bedeutet aber nicht, dass der virtuelle Raum un-

wichtig wäre. Vielmehr benötigt der virtuelle Raum eine Brücke zum realen. So wie alle untersuchten Mailinglisten Treffen, Stammtische und ähnliche „vertrauensbildende Maßnahmen“ anbieten, beruht der Teilerfolg des vereinbarten Stillhalteabkommens mit der Verlagsleitung darauf, dass man sich bei einer Veranstaltung im Verlag getroffen hatte. Durch das Kennenlernen wurde eine Vertrauensbasis geschaffen, die für die weitere Arbeit hilfreich und notwendig war.

Will man die Ergebnisse dieser Studie im Hinblick auf Interessenhandeln in der Netzwerkgesellschaft nutzen, dann steht es an, über die Begriffe Bindung, Verbindung und Verbundenheit nachzudenken. Denn an die Stelle von eindeutiger Zugehörigkeit und Mitgliedschaft und an die Stelle von eindeutiger sozialer Integration treten – jedenfalls im Fall der Virtuellen Netzwerker und der Vernetzten Individualisten – neue Formen von Verbundenheit, die sich nicht mehr hinlänglich mit dem Begriff der Solidarität beschreiben lassen.

Nach Tomlinson (1999) zeichnet sich die globalisierte Moderne dadurch aus, dass soziale Verortung nicht mehr über Herkunft, sondern über Beziehung und Kontakt hergestellt werden muss. Er entwickelt dabei den Begriff der „complex connectivity“, und beschreibt damit die raum-zeitliche Ausdehnung sozialer Beziehungen, die erst durch moderne Informations- und Kommunikationstechniken möglich geworden ist. Connectivity bezeichnet er dabei als das zeitgleiche Verbundensein von Menschen über Entfernungen hinweg.

*„The epochal shift we need to understand lies in the axial principles, that put communication, mobility and connectivity in the center of our lives.“
(Tomlinson 1999: 42)*

Ob im privaten Umgang oder in den Koordinationsleistungen transnationaler politischer Institutionen, es können heute ohne jeden Zeitverlust Verbindungen hergestellt und gehalten werden, die früher in dieser Weise nicht möglich gewesen wären.

“Now the emphasis on connectivity in the developed world appears to be moving from transportation to communication: from airport terminals and road networks to computer terminals and networks.” (Wellman/Quan-Haase u. a. 2003)

Dadurch entstehen Beziehungsnetze, oftmals technologisch gestützt, die eine grundlegende Funktion erfüllen. Sie sind eine Art Ressource oder Kapital, um bestimmte Ziele zu realisieren. Connectivity wird dabei als die Fähigkeit verstanden, Zugang zu sozialen und (zunehmend auch virtuellen) Netzwerken zu finden und Kontakte zu anderen zu pflegen. Dies ist der Grund, weshalb Tomlinson (1999) dafür plädiert, soziale Integration und Vergesellschaftung über

„Connectivity“, über soziale Erreichbarkeit und Anschlussfähigkeit zu bestimmen und nicht über lokale und nationale Zugehörigkeit etc..

Ähnlich argumentiert auch Wittel (2001) mit der Network sociality „which does not represent belonging but integration and disintegration.“ (Wittel 2001: 51) Es geht also um Zugänge (access) und um Möglichkeiten, die ein Subjekt hat Netzwerke zu nutzen. Nach Wittel ist die Network Sociality die soziale Form im Spätkapitalismus und der neuen kulturellen Ökonomie.

„Network sociality is a sociality based on individualization and deeply embedded in technology; it is informational, ephemeral but intense, and it is characterized by an assimilation of work and play.“ (Wittel 2001: 71)

Mit der Network Sociality versucht Wittel die Makroperspektive von Castells auf die Mikrosoziologie zu übertragen. Dabei analysiert er nicht Netzwerke, sondern fragt vielmehr nach deren Entstehung. Seine zentrale Fragestellung hierbei ist:

“How do people build, maintain and alter these social ties? What means, tactics and strategies do they employ.“ (Wittel 2001: 52)

Er geht der Frage nach, wie virtuelle Netzwerke von Subjekten hergestellt, erhalten und ausgebaut werden und wie sich diese Netzwerke durch neue Kommunikationstechnologien verändern. Der Networked Individualist – so ein wesentliches Ergebnis dieser Untersuchung – belegt im Grunde die Thesen von Castells, Wellman und Wittel. Der Networked Individualist nutzt seine Netzwerke, um professionelle und lebensweltliche Beweglichkeit zu erzielen. Sie sind ihm ein soziales Kapital, das ihn stabilisiert, da und obwohl die klassischen Systeme der sozialen Sicherung nicht greifen. Vernetzte Individualisten sichern sich ab, indem sie in Beziehungen investieren. Man kann ein Netz mit Gleichen und Ungleichen, sozial und emotional Nahen und Fernen etc. herstellen, das erlaubt, eigene Projekte und Ziele zu erreichen. Die Netzwerke sind also die (Infra)Strukturen, über die sie navigieren können.

Internet und Vernetzungstechnologien wie Email schaffen einen „connectivity space“, einen virtuellen Raum, in dem Informationen ausgetauscht, aber auch soziale Anschlussmöglichkeiten ermöglicht werden. Die Ergebnisse der Analyse der Mailingliste zeigen zwar die Schwächen einer Strategie, die diese technologischen Formen der sozialen Vernetzung nutzen will, um Macht und Einfluss zu organisieren. Letztlich scheitern die Akteure mit ihrem Ziel, den Verlag zum Einlenken zu bewegen. Es fehlt der konkrete, der physische Ort, an dem man zusammenkommt und für alle Beteiligten bindende Entscheidungen fällt. Stattdessen dreht man endlose Diskussionsrunden innerhalb der Liste, führt immer wieder neu die Debatte, wie der Verlag in einer bestimmten Richtung beeinflusst werden kann, um Verbesserungen für die Freiberufler zu erreichen. Die Diskussion hätte aller-

dings deutlich strukturierter und zielführender organisiert werden können, wenn der Moderator seine Rolle aktiv eingenommen hätte. Dennoch ist die Mailingliste zum Urhebervertragsrecht keineswegs ein Misserfolg. Ähnlich wie das ver.di Projekt mediafon zeigt es, dass die neuen Technologien eine wichtige Rolle bei der Vernetzung von individualisiert arbeitenden Menschen spielen. Ohne Zweifel war es im konkreten Fall ein Manko, dass die Organisation von Gegenmacht nicht in konkrete Verhandlungen mit dem Verlag mündete. Eine negative Folge der räumliche und sozialen Individualisierung von Selbstständigen in der Medienbranche konnte aber zumindest abgeschwächt werden: egal, ob die Kollegin in Australien oder der freie Journalist am Verlagsort, jeder weiß nun über die Verlagspolitik und ihre Folgen Bescheid und weiß, dass es anderen ähnlich oder genauso geht. Dieses Wissen und die getroffenen Verabredungen werden nun, selbst wenn die Verabredungen nicht zuverlässig eingehalten werden, Bestandteil des individuellen Entscheidungsprozesses.

Die damit verbundene offene Frage ist natürlich, ob die Information über die gemeinsame Betroffenheit bereits einen politischen Effekt zeitigen kann. Vor dem Hintergrund einer politischen Arbeitssoziologie muss man sich fragen, wie die Vernetzung der individualisiert arbeitenden Menschen mit der kollektiven Organisation von Gegenmacht verbunden werden kann. Konkret: können etwa die Gewerkschaften oder andere berufsständische Organisationen einen Beitrag leisten, wenn das Internet als eine Art Technologie für die Diagnose und Identifikation von konkreten Problemen und Problemlagen dient. Denn das ist zweifellos eine der Leistungen der analysierten Mailingliste, dass man ziemlich präzise darüber Bescheid weiß, welche Konsequenzen die Strategie eines Verlages auf die Selbstständigen hat. Da es für die meisten Solo-Selbstständigen keinen gemeinsamen Ort, wie etwa den Betrieb gibt, an dem sie zusammen kommen und an dem sie gemeinsam den Prozess von der Problemdiagnose bis hin zu einer strategisch durchdachten und geplanten Policy oder einer Kampagne etc. durchlaufen können, kann das nur dezentral bzw. „virtuell“ über das Netz geschehen.

Nur wie ist es möglich, diesen dezentralen Prozess zu nutzen, um daraus politisches Potenzial zu gewinnen, um positive Entwicklungen für die räumlich wie sozial individualisierten Menschen zu erreichen? Die Strategie von mediafon besteht darin, die individuelle Verhandlungsposition zu stärken, indem man eine kompetente Beratungsstruktur für alle relevanten Fragen anbietet. Von daher stellt sich die weitergehende Frage, ob man Virtuelle Netzwerker und Vernetzte Individualisten über das Internet so erreichen kann, dass man ihnen einerseits eine gewisse unterstützende Dienstleistung in schwierigen Situationen anbietet oder aber sie dazu motivieren kann, sich punktuell an politischen Aktionen und Kampagnen zu beteiligen, deren Sinn und Zweck ihnen einleuchtet.

Bei diesen Fragen hat man es mit Phänomenen zu tun, die mit den gängigen politischen und gewerkschaftlichen Konzepten zur Organisation von Macht nicht mehr erfasst werden können. In einem anderen Zusammenhang wurde daher der Charakter dieser neuen Form von Politik in der Netzwerkgesellschaft als „Parapolitik“ bezeichnet (Kesselring/Vogl 2002). Das Ziel dieser neuen Politik besteht darin, die soziale Beweglichkeit der Selbstständigen in der Medienbranche zu erhöhen und gleichzeitig eine Form sozialer Verbindung bzw. Verbundenheit herzustellen, die auf das Phänomen des Networked Individualism reagiert. Die Idee hinter der Theorie von Castells und Wellman lässt sich in Verbindung mit Ulrich Becks Konzeption des institutionalisierten Individualismus (Beck 2001) darstellen. Outsourcingprozesse und die Entwicklung von stabilen und fast monolithischen Unternehmen zu Netzwerkunternehmen scheinen in der Medienbranche unumkehrbar. Damit ist nicht nur auf der Unternehmensebene eine Struktur institutionalisiert: Dieser Strukturwandel führt auch dazu, dass individualisierte, und zwar räumlich wie sozial individualisierte, Arbeitsverhältnisse und -beziehungen institutionalisiert werden. Bauman (2000) hat diesen Prozess als Verflüssigung einst klarer und eindeutiger Strukturen beschrieben. Der institutionalisierte Individualismus heißt nach Beck allerdings keineswegs, „dass immer alle individueller, immer mehr ‚Ich‘ werden; das Gegenteil ist nicht weniger möglich“ (Beck 2001: 3). Allerdings ändern sich die institutionalisierten Formen von Politik in Richtung einer neuen Subpolitik.

„Der Begriff ‚Subpolitik‘ zielt auf Politik jenseits der repräsentativen Institutionen des nationalstaatlichen politischen Systems. (...) Subpolitik meint ‚direkte‘ Politik, d.h. punktuelle individuelle Teilhabe an politischen Entscheidungen, vorbei an den Institutionen repräsentativer Willensbildung (politische Parteien, Parlamente), oft sogar ohne rechtliche Sicherungen. Subpolitik meint, anders gesagt, Gesellschaftsgestaltung von unten.“ (Beck 1996: 137)

Eine gesellschaftspolitische Strategie, die sich mit der Tatsache auseinandersetzt, dass Individualisierung nicht mehr länger individuell bleibt, sondern zur strukturellen Norm geworden ist und noch weiter wird, muss anerkennen, dass industriegesellschaftliche Formen von kollektiver Interessenvertretung nicht mehr die alleinigen sein werden. Nicht dass die Organisation kollektiver Macht obsolet wird, aber das dominante industriegesellschaftliche Modell kollektiver Macht wird ergänzt und teilweise auch in Frage gestellt von eher diffusen Machtformen, die aus dem institutionalisierten Individualismus resultieren.

Insbesondere in der Medienwirtschaft und im Kontext von Selbstständigen scheint das typisch zu sein. „Das Politische bricht jenseits der formalen Zuständigkeiten und Hierarchien auf und aus (...)“. (Beck 1993: 156) Die neue Konstellation der

Politik, verstanden als die Aktivierung von Subpolitik, ermöglicht damit ein Teilhaben von Einzelpersonen an politischen Entscheidungen.

10 Literatur

- Albrow, Martin (1998): Abschied vom Nationalstaat. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Altvater, Elmar (2005): Das Ende des Kapitalismus wie wir ihn kennen. Eine radikale Kapitalismuskritik. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Appadurai, Arjun (1996): *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Appadurai, Arjun (1998): Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie. In: Beck, Ulrich (Hrsg.): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 11 - 40.
- Barber, Benjamin R. (1994): *Starke Demokratie. Über die Teilhabe am Politischen*. Hamburg: Rotbuch-Verlag
- Barkhoff, Jürgen (2004): Netzwerke. Zur Theorie und Geschichte einer Konstruktion. In: Barkhoff, Jürgen; Böhme, Hartmut; Riou, Jeanne (Hrsg.): *Netzwerke: eine Kulturtechnik der Moderne*. Köln (u. a.): Böhlau, S. 17 - 36.
- Bauman, Zygmunt (2003): *Flüchtige Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (1993): *Die Erfindung des Politischen. Zu einer Theorie reflexiver Modernisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (2001): Das Zeitalter des "eigenen Lebens". Individualisierung als "paradoxe Sozialstruktur" und andere offene Fragen. In: *Das Parlament*, 29, S. 3 - 17.
- Beck, Ulrich; Hajer, Maarten; Kesselring, Sven (1999): *Der unscharfe Ort der Politik. Empirische Fallstudien zur Theorie der reflexiven Modernisierung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Becker, Barbara; Paetau, Michael (1997): *Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Behringer, Luise (1998): *Lebensführung als Identitätsarbeit. Der Mensch im Chaos des modernen Alltags*. FFM/New York: Campus Verlag.
- Behringer, Luise; Jurczyk, Karin (1995): Umgang mit Offenheit: Methoden und Orientierungen in der Lebensführung von JournalistInnen. In: Projektgruppe *Alltägliche Lebensführung* (Hrsg.): *Alltägliche Lebensführung*. Opladen: Leske + Budrich, S. 71 - 120.
- Beißwenger, Michael (2001a): *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion und Sozialität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Stuttgart: ibidem Verlag.
- Beißwenger, Michael (2001b): Das interaktive Lesespiel. Chat-Kommunikation als mediale Inszenierung. In: Beißwenger, Michael (Hrsg.): *Chat-Kommunikation*. Stuttgart: ibidem Verlag, S. 79 - 138.
- Betzelt, Sigrid (2004): Konzeptvorschlag zur sozialen Alterssicherung Selbstständiger. Gutachten im Auftrag des Projekts *mediafon* der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di). Universität Bremen, Zentrum für Sozialpolitik.
- Betzelt, Sigrid (2006): *Flexible Wissensarbeit. AlleindienstleisterInnen zwischen Privileg und Prekarität*. Universität Bremen, Zentrum für Sozialpolitik.

- Betzelt, Sigrid; Gottschall, Karin (2005): Frei zu sein bedarf es wenig? Chancen und Risiken der Selbständigkeit in Kulturberufen. In: Universität Bremen (Hrsg.): Impulse aus der Forschung.
- Biehler, Hermann; Genosko, Joachim; Sargl, Manfred; Sträter, Detlev (2002): Standort München - Medienwirtschaft und Fahrzeugbau. Marburg: Schüren.
- Bikson, Tora K.; Panis, Constantin W.A. (1996): Computers and Connectivity: Current Trends. In: Kiesler, Sara (Hrsg.): Culture of the Internet. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, S. 407 -430.
- Boase, Jeffrey; Horrigan, John B.; Wellman, Barry; Rainie, Lee (2005): The Strength of Internet Ties. The Internet and Email aid users in maintaining their social Networks and provide Pathways to help when People Face big Decisions. PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT, Washington D.C. Verfügbar über: <http://www.pewinternet.org/>, Zugriff am: 17.07.06.
- Boden, Deirdre, Molotch, Harvey L. (1994): The Compulsion of Proximity. In: Friedland, Roger; Boden, Deirdre (Hrsg.): NowHere Space, Time and Modernity. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, S. 257 - 286.
- Boes, Andreas (2005): Informatisierung, Wissen und der Wandel der Arbeitswelt. ISF München, Arbeitspapier 11 des Projekts ARB-IT2, München.
- Boes, Andreas; Hacket, Anne; Kämpf, Tobias; Trinks, Katrin (2006): Wer die digitale Spaltung beenden will, muss in der realen Gesellschaft anfangen. Das Internet stabilisiert und verstärkt die soziale Ungleichheit. In: Das Parlament, 17 - 18, S. 11.
- Boes, Andreas; Kämpf, Tobias; Marrs, Kira (2005): Zwischen Atomisierung und neuer Solidarität. Entwicklungstendenzen der Arbeitsbeziehungen nach dem Ende des New-Economy-Hype. ISF München, Arbeitspapier 10 des Projekts ARB-IT2, München.
- Boltanski, Luc; Chiapello, Ève (2001): Die Rolle der Kritik in der Dynamik des Kapitalismus und der normative Wandel. In: Berl. J. Soziol., Heft 4, S. 459 - 477.
- Boltanski, Luc; Chiapello, Ève (2003): Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Bolte, Karl Martin (1983): Subjektorientierte Soziologie - Plädoyer für eine Forschungsperspektive. In: Bolte, Karl Martin; Treutner Erhard (Hrsg.): Subjektorientierte Arbeits- und Berufssoziologie. FFM/New York: Campus Verlag, S. 12 - 37.
- Bonß, Wolfgang; Kesselring, Sven (2001): Mobilität am Übergang von der ersten zur zweiten Moderne. In: Beck, Ulrich; Bonß, Wolfgang (Hrsg.): Die Modernisierung der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 177 - 190.
- Bonß, Wolfgang; Kesselring, Sven; Weiß, Anja (2004): "Society on the Move". Mobilitätspioniere in der zweiten Moderne. In: Beck, Ulrich; Lau, Christoph (Hrsg.): Entgrenzung und Entscheidung: Perspektiven reflexiver Modernisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 258 - 281.
- Bosch, Gerhard (2001): Konturen eines neuen Normalarbeitsverhältnisses. In: WSI Mitteilungen, Heft 4, S. 219 - 230.
- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2. Göttingen, S. 183 - 198.
- Bourdieu, Pierre (1990): Die biographische Illusion. In: BIOS, Heft 1, Jg. 3, S. 75 - 81.

- Braun, Sebastian (2001): Putnam und Bourdieu und das soziale Kapital in Deutschland. In: *Leviathan*, 3, 29, S. 337 - 355.
- Buchholz, Goetz (online): mediafon-Ratgeber Selbstständige - das Internet-Angebot für Selbstständige. Verfügbar über: http://www.mediafon.net/ratgeber_einfuehrungstext.php3?si=4507c27c4daf6&id=40e02797753d6, Zugriff am: 18.02.2006.
- Bögenhold, Dieter; Leicht, René (2000): 'Neue Selbstständigkeit' und Entrepreneurship: Moderne Vokabeln und damit verbundene Hoffnungen und Irrtümer. In: *WSI-Mitteilungen*, Heft 12, S. 779 - 787.
- Bühl, Achim (2000): *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts. Sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Canzler, Weert; Knie, Andreas (1998): *Möglichkeitsräume. Grundrisse einer modernen Mobilitäts- und Verkehrspolitik*. Wien: böhlau.
- Canzler, Weert; Knie, Andreas (2000): *New Mobility? Mobilität und Verkehr als soziale Praxis*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage der Wochenzeitschrift: Das Parlament*, 45-46, S. 29 - 38.
- Castells, Manuel (2001a): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie: Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- Castells, Manuel (2001b): *Bausteine einer Theorie der Netzwerkgesellschaft*. In: *Berl. J. Soziol.*, Heft 4, S. 423 - 439.
- Castells, Manuel (2002): *Die Macht der Identität. Teil 2 der Trilogie: Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- Castells, Manuel (2005): *Die Internet Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Coleman, J.S. (1991): *Grundlagen der Sozialtheorie, Band 1*. München: Oldenbourg Verlag
- DiMaggio, Paul; Hrgittai, Eszter, Neuman, Russel, W.; Robinson, John, P. (2001): *Social Implications of the Internet*. In: *Annu. Rev. Sociol.*, 27, S. 307 - 336.
- Dietrich, Hans (1998): *Erwerbsverhalten in der Grauzone von selbstständiger und abhängiger Erwerbsarbeit. Zur Erfassung scheinselfständig Erwerbstätiger und deren vertragliche, berufliche und soziale Lage*. Nürnberg: Bundesanstalt für Arbeit.
- Dilk, Heiko (2001): *Frei, Frei wie ein Vogel*. In: *Die Tageszeitung Taz*, Nr. 6335 vom 2.1.2001, S. 10.
- Dollhausen, Karin; Wehner, Josef (2003): *Virtuelle Gruppen - Integration durch Netzkommunikation? Gesellschafts- und medientheoretische Überlegungen*. In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 68 - 88.
- Durkheim, Emile (1977): *Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Döring, Nicola (1994): *Einsam am Computer? Sozialpsychologische Aspekte der USENET Community*. In: Schoenleber, Claus (Hrsg.): *2. Kieler Netztag '94. Kongressband*. Kiel: Verlag Claus Schoenleber, S. 7 - 38.
- Döring, Nicola (2001): *Sozialpsychologische Chat-Forschung: Methoden, Theorien, Befunde*. In: Beißwenger, Michael (Hrsg.): *Chat-Kommunikation*. Stuttgart: ibidem Verlag, S. 141 - 187.

- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe Verlag für Psychologie, 2. Auflage.
- Ebersbach, Anja; Heigl, Richard (2005): Click here to protest? In: kommunikation@gesellschaft, Beitrag 1, S. 1 - 22.
- Egbringhoff, Julia (2003): Wenn die Grenzen fließen. Zur individuellen Rekonstruktion von Arbeit und Leben von Ein-Personen-Selbstständigen. In: Gottschall, Karin; Voß, Günter, G. (Hrsg.): Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag. München und Mehring: Rainer Hampp Verlag, S. 149 - 184.
- Egloff, Daniel (2002): Digitale Demokratie: Mythos oder Realität? Auf den Spuren der demokratischen Aspekte des Internets. Auf den Spuren der demokratischen Aspekte des Internets und der Computerkultur. Wiesbaden: Westdeutscher. Verlag
- Eikhof, Doris; Haunschild, Axel (2004): Arbeitskraft-Unternehmer. In: Theater heute, Heft 3, S. 5 - 17.
- Eimeren van, Birgit; Frees, Beate (2005): ARD/ZDF-Online-Studie 2005: Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen. In: Media Perspektiven, Heft 8, S. 362 -368.
- Eimeren van, Birgit; Frees, Beate (2006): ARD/ZDF-Online-Studie 2006: Schnelle Zugänge, neue Anwendungen, neue Nutzer? In: Media Perspektiven, Heft 8, S. 402 - 415.
- Ertel, Michael; Haake, Gunter (2001): Belastungen und Gesundheitsrisiken von Freelancern. In: Pickshaus, Klaus; Schmitthener, Horst, Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.): Arbeiten ohne Ende. Hamburg: VSA Verlag, S. 112 - 121.
- Faist, Thomas (1997): Migration und der Transfer sozialen Kapitals oder: Warum gibt es relativ wenige internationale Migranten? In: Pries, Ludger (Hrsg.): Transnationale Mobilität. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 63 - 84.
- Field, John (2003): Social Capital. London (u. a): Routledge.
- Fischer, Peter (1995): Die Selbstständigen von morgen. Unternehmer oder Tagelöhner? FFM/New York: Campus.
- Fleissner, Peter (2000): Im Hyperspace - Geschichten aus der Neuen Welt. In: Paul-Horn, Ina (Hrsg.): Entgrenzung und Beschleunigung. Widersprüche und Fragen im Prozess der Modernisierung. Wien: Turia und Kant, S. 80 - 106.
- Forschungsgruppe Wahlen (2006): Internet-Strukturdaten. I. Quartal 2006. Verfügbar über: http://www.forschungsgruppe.de/Aktuelles/PM_Structurdaten, Zugriff am: 28.04.06.
- Fremuth, Natalie; Tasch, Andreas (2002): Virtuelle und mobile Communities. Begriffserklärungen und Implikationen für Geschäftsmodelle. Technische Universität München, Lehrstuhl für allgemeine und industrielle Betriebswirtschaftslehre, München.
- Frerichs, Petra; Wiemert, Heike (2002): 'Ich gebe, damit Du gibst'. Frauennetzwerke - strategisch, reziprok, exklusiv. Opladen: Leske + Budrich.
- Früh, Werner (2001): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz, 5. überarbeitete Auflage.
- Fuchs-Heinritz, Werner; Lautmann, Rüdiger; Rammstedt Otthein; Wienold, Hanns (1994): Lexikon zur Soziologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, 3. Auflage.
- Garton, Laura, E. Wellman, Barry (1995): Social Impacts of Electronic Mail in Organizations: A Review of the Research Literature. In: Burleson, B. E. (Hrsg.): Communication Yearbook. London: Sage, S. 434 - 453.

- Geser, Hans (2004): Freiwillige Vereinigungen im Spannungsfeld konventioneller und neuer Medien. In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): *Soziologie des Cyberspace*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 437 - 463.
- Gesterkamp, Thomas (2003): Riskiere Dich selbst! Die gar nicht so erstaunliche Erfolgsgeschichte des Nonsense-Wortes 'Ich-AG'. In: Gottschall, Karin; Voß, Günter, G. (Hrsg.): *Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag*. München und Mehring: Rainer Hampp Verlag, S. 185 - 202.
- Giddens, Anthony (1995): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gimmler, Antje (2000): Deliberative Demokratie, Öffentlichkeit und das Internet. In: Sandbothe, Mike; Marotzki, Winfried (Hrsg.): *Subjektivität und Öffentlichkeit. Kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten*. Köln: Halem Verlag, S. 191 - 208.
- Glaser, B.G.; Strauss, A.L. (1998): *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Huber.
- Gleißmann, Wilfried; Peters, Klaus (2001): Mehr Druck durch mehr Freiheit. Die neue Autonomie in der Arbeit und ihre paradoxen Folgen. Hamburg: VSA Verlag.
- Gläser, Jochen (2005): Neue Begriffe, alte Schwächen: Virtuelle Gemeinschaft. In: Jäckel, Michael; Mai, Manfred (Hrsg.): *Online-Vergesellschaftung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 51 - 72.
- Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2004): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Goll, Michaela (2002): *Arbeiten im Netz. Kommunikationsstrukturen, Arbeitsabläufe, Wissensmanagement*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Gottschall, Karin (1999): Freie Mitarbeit im Journalismus. Zur Entwicklung von Erwerbsformen zwischen selbstständiger und abhängiger Beschäftigung. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Heft 4, Jg. 51, S. 635 - 654.
- Gottschall, Karin; Betzelt, Sigrid (2001): Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur. Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung. Universität Bremen, Zentrum für Sozialpolitik.
- Gottschall, Karin; Schnell, Christiane (2000): "Alleindienstleister" in Kulturberufen - Zwischen neuer Selbstständigkeit und alten Abhängigkeiten. In: *WSI Mitteilungen*, Heft 12, S. 804 - 810.
- Gounalakis, Georgios; Heinze, Meinhard; Dörr, Dieter (2001): *Urhebervertragsrecht. Verfassungs- und europarechtliche Bewertung des Entwurfs der Bundesregierung vom 30. Mai 2001*. Berlin: VISTAS Verlag.
- Granovetter, M. (1973): The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology*, 78, S. 1360 - 1380.
- Greve, Dorothee (1997): Internet und soziale Bewegungen. In: Werle, Raymund; Lang, Christa (Hrsg.): *Modell Internet*. FFM/New York: Campus Verlag, S. 289 - 304.
- Greven, Michael Th. (1997): Politisierung ohne Citoyen. Über die Kluft zwischen politischer Gesellschaft und gesellschaftlicher Individualisierung. In: Klein; Ansgar; Schmalz-Bruns; Rainer (Hrsg.): *Politische Beteiligung und Bürgerengagement in Deutschland*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 231-251.
- Gräf, Lorenz (1997): Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: Gräf, Lorenz; Krajewski, Markus (Hrsg.): *Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk*. FFM/New York: Campus Verlag, S. 99 - 124.

- Gräf, Lorenz; Krajewski, Markus (1997): *Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web.* FFM/New York: Campus.
- Haak, Carroll; Schmid, Günther (1999): *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?* WZB paper P99-506, Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin, Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie
- Habermas, Jürgen (1995): *Aufgeklärte Ratlosigkeit. Warum die Politik ohne Perspektiven ist.* Thesen zu einer Diskussion. In: *Frankfurter Rundschau* vom 30.12.1995, S. 4.
- Hafner, Katie (2001): *The Well: A Story of Love, Death & Real Life in the Seminal Online Community.* New York: Carroll & Graf Publishers.
- Hage, Jerald; Powers, Charles (1992): *Post-Industrial-Lives. Roles and Relationships in the 21st Century.* Newbury Park, Calif. u.a.: Sage
- Haipeter, Thomas (2004): *Zwischen den Zonen der Stabilität und Entkoppelung. Arbeitszeiten und Arbeitszeitregulierung bei den Zeitungsverlagen.* In: Bsirske, Frank; Mönig-Raane, Margret; Sterkel, Gabriele; Wiedemuth, Jörg (Hrsg.): *Es ist Zeit: Das Logbuch für die ver.di Arbeitszeitinitiative.* Hamburg: VSA Verlag, S. 110 - 155.
- Hall, Alan; Wellman, Barry (1985): *Social Networks and Social Support.* In: Cohen, Sheldon; Syme, S. Leonard (Hrsg.): *Social Support and Health.* Orlando, Florida: Academic Press.
- Hampton, Keith; Wellman, Barry (2001): *Long distance Community in the Network Society. Contact and Support beyond Netville.* In: *American Behavioral Scientist*, No. 3, Vol 45, S. 476 - 495.
- Harvey, David (1989): *The Condition of Postmodernity.* Cambridge/ Oxford: Blackwell.
- Haug, Sonja (1997): *Soziales Kapital. Ein kritischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand.* Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung, Mannheim. Verfügbar über: www.mzes.uni-mannheim.de/publications/wp/wp2-15.pdf, Zugriff am 13.03.2005
- Haythornthwaite, Caroline; Wellman, Barry; Garton, Laura (2003): *Arbeit und Gemeinschaft bei computervermittelter Kommunikation.* In: Thiedeke, Udo (Hrsg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 348 - 384.
- Heintz, Bettina (2002): *Kommunikation im Medium der Schrift. Sozialität im Internet.* In: Schubert, Venanz (Hrsg.): *Die Geisteswissenschaften in der Informationsgesellschaft.* St. Ottilien: EOS Druckerei, S. 127 - 146.
- Heintz, Bettina; Müller, Christoph (2000): *Virtuelle Vergemeinschaftung - Die Sozialwelt des Internet. Schlußbericht: Schwerpunktprogramm "Zukunft Schweiz" Verbund "Individualisierung und Integration".* Verfügbar über: <http://www.soz.unibe.ch/ii/virt/sb00.pdf>, Zugriff am: 19.10.2004.
- Heiskanen, Tuula; Hearn, Jeff (2004): *Information Society and the Workplace. Spaces, Boundaries and Agency.* London and New York: Routledge.
- Herring, Susan, C. (1994): *Politeness in Computer Culture: Why Women thank and Men flame.* In: Buchholtz, M; Liang, A.C.; Sutton, L.A; Hines, C. (Hrsg.): *Cultural Performances: Proceedings of the Third Berkeley Women and Language Conference.* Berkeley: Berkeley Women and Language Group, University of California , S. 278 - 294.
- Heuser, Uwe Jean (1996): *Tausend Welten. Die Auflösung der Gesellschaft im digitalen Zeitalter.* Berlin: Berlin Verlag.
- Hirschfelder, Gunther; Huber, Birgit (2004): *Die Virtualisierung der Arbeit. Zur Ethnographie neuer Arbeits- und Organisationsformen.* FFM/New York: Campus.

- Hoecker, Beate (2002): Demokratie via Internet? Die Potenziale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 39/40, S. 37 - 45.
- Hollstein, Betina (2001): Grenzen sozialer Integration. Zur Konzeption informeller Beziehungen und Netzwerke. Opladen: Leske + Budrich.
- Hollstein, Betina (2002): Soziale Netzwerke nach der Verwitwung: eine Rekonstruktion der Veränderungen informeller Beziehungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Hollstein, Betina (2003): Netzwerkveränderungen verstehen. Zur Integration von struktur- und akteurstheoretischen Perspektiven. In: *Berliner Journal für Soziologie*, Heft 2, S. 153 - 174.
- Hollstein, Betina; Straus, Florian (Hrsg.) (2005): *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hondrich, Karl Otto; Koch-Arzberger, Claudia (1994): *Solidarität in der modernen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Hopf, Christel (1978): Die Pseudo-Exploration. Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 2, 7, S. 97 - 115.
- Hradil, Stefan (2001): *Soziale Ungleichheit in Deutschland*. Opladen: Leske + Budrich, 8. Auflage.
- Hradil, Stefan (2002): Mobilität. In: Endruweit, Günter, Trommsdorff, Gisela (Hrsg.): *Wörterbuch der Soziologie*. Stuttgart: Lucius & Lucius, S. 368 - 373.
- Höfer, Renate; Straus, Florian (2003): *Posttraditionelle Ligaturen und soziale Netzwerke. Ein netzwerkorientierter Blick auf soziale Verortung*. München: IPP München.
- Höflich, Joachim, R. (1996): *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlage, organisatorische Medienverwendung, Konstitution 'elektronischer Gemeinschaften'*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Höflich, Joachim, R. (2003): Vermittlungskulturen im Wandel: Brief - E-Mail - SMS. In: Höflich, Joachim, R.; Gebhardt, Julian (Hrsg.): *Vermittlungskulturen im Wandel*. Frankfurt am Main: Euopäischer Verlag der Wissenschaften, S. 39 - 61.
- Iske, Stefan; Klein, Alexandra; Kutscher, Nadia (2004): Nutzungsdifferenzen als Indikator für soziale Ungleichheit im Internet. In: *kommunikation@gesellschaft*, Beitrag 3, Jg. 5.
- Jones, Steven, G. (1995): *CyberSociety: Computer mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kadritzke, Ulf (2002): Die 'neue Selbstständigkeit' als Gratwanderung - Zwischen professioneller Lust und Angst vor dem Absturz. In: *WSI-Mitteilungen*, Nr. 12, S. 796 - 803.
- Kahlert, Heike; Kajatin, Claudia (Hrsg.) (2004): *Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern*. FFM/New York: Campus Verlag.
- Kardorff von, Ernst (2005): Virtuelle Netzwerke - Eine neue Form der Vergesellschaftung. In: Hollstein, Betina; Straus, Florian (Hrsg.): *Qualitative Netzwerkanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 63 - 98.
- Kaufmann, Jean-Claude (1999): *Das verstehende Interview. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Kaufmann, Vincent (2002): *Re-thinking Mobility*. Aldershot: Ashgate.
- Kelle, Udo; Kluge, Susann (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Opladen: Leske + Budrich.

- Keller, Dieter (2002): Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 2002. Berlin: ZV Zeitungs-Verlag, S. 20 - 97.
- Kesselring, Sven (2006a): Topographien mobiler Möglichkeitsräume. In: Straus, Florian; Hollstein, Betina (Hrsg.): Qualitative Netzwerkanalyse Qualitative Netzwerkanalyse. Wiesbaden: VS Verlag, S. 333 - 358.
- Kesselring, Sven (2006b): Pioneering Mobilities: New Patterns of Movement and Motility in a mobile World. In: Environment and Planning, Vol. 38, S. 269 - 279.
- Kesselring, Sven; Vogl, Gerlinde (2002): Parapolitik oder reflexive Politik? Gewerkschaftliche Beratung von Ich-AGs. In: WSI Mitteilungen, Heft 12, S. 745 - 749.
- Kesselring, Sven; Vogl, Gerlinde (2003): Parapolitik oder reflexive Politik? Ein empirisch-diagnostischer Beitrag zur Restrukturierung politischen Handelns am Beispiel der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Entstaatlichung und soziale Sicherheit. Verhandlungen des 31. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Leipzig 2002. Opladen: Leske + Budrich, S. CD Rom, 1 - 6.
- Kesselring, Sven; Vogl, Gerlinde (2004): Mobility Pioneers. Networks, Scapes and Flows between first and second Modernity. In: Bonß, Wolfgang; Kesselring, Sven; Vogl, Gerlinde (Hrsg.): Mobility and the Cosmopolitan Perspective. A Workshop at the Reflexive Modernization Research Centre (SFB 536). download unter: http://www.cosmobilities.net/downloads/Cosmobilities%20Workshops/2004/Cosmobilities_Workshop_jan04_Documentation.pdf, S. 9 - 24.
- Keupp, Heiner (1987): Soziale Netzwerke. Eine Metapher des gesellschaftlichen Umbruchs. In: Keupp, Heiner; Röhrle, Bernd (Hrsg.): Soziale Netzwerke. FFM/New York: Campus Verlag, S. 11 - 53.
- Kleemann, Frank (2005): Die Wirklichkeit der Teleheimarbeit. Eine arbeitssoziologische Untersuchung. Berlin: Edition Sigma.
- Klein, Naomi (2001): No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht. München: Riemann, 5. Auflage.
- Kluge, Friedrich (1999a): Ethymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin, New York: De Gruyter.
- Kluge, Susann (1999b): Empirisch begründete Typenbildung. Zur Konstruktion von Typen und Typologien in der empirischen Sozialforschung. Opladen: Leske + Budrich.
- Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (2003): 14. KEF-Bericht. Verfügbar über: www-kef-online.de, Zugriff am: 12.05.2005.
- Korenman, Joan; Wyatt, Nancy (1996): Group Dynamics in an E-Mail-Forum. In: Herring, Susan, C. (Hrsg.): Computer-Mediated Communication. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, S. 225 - 242.
- Kracauer, Siegfried (1952): The Challenge of Qualitative Content Analysis. In: Public Opinion Quarterly, 16, S. 631- 642.
- Kratzer, Nick (2003): Arbeitskraft in Entgrenzung. Grenzenlose Anforderungen, erweiterte Spielräume, begrenzte Ressourcen . Berlin: edition sigma.
- Krätke, Stefan (2002): Medienstadt. Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Kuckartz, Udo (2004): QDA-Software im Methodendiskurs: Geschichte, Potenziale, Effekte. In: Kuckartz, Udo; Grunenberg, Heiko; Lauterbach, Andreas (Hrsg.): *Qualitative Datenanalyse: computergestützt. Methodische Hintergründe und Beispiele aus der Forschungspraxis*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 11 - 26.
- La Roche, Walther von (1992): *Einführung in den praktischen Journalismus: mit genauer*. München u.a.: List, 13. Auflage.
- La Roche, Walther von (2003): *Einführung in den praktischen Journalismus: mit genauer*. München: List, 16. Auflage.
- Lash, Scott; Urry, John (1994): *Economies of signs and space*. London u.a.: Sage.
- Lasswell, Harold, D. (1927): *Propaganda Technique in the World War*. London: Kegan/Paul/Trench/Trubner.
- Leicht, René (2003): Profil und Arbeitsgestaltung soloselbstständiger Frauen und Männer: Versuch einer empirischen Verortung von Ein-Personen-Unternehmer/innen. In: Gottschall, Karin; Voß, Günter, G. (Hrsg.): *Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag*. München und Mehring: Rainer Hampp Verlag, S. 231 - 260.
- Leicht, René; Philipp, Ralf (2005): *Der Trend zum Ein-Personen-Unternehmen. Mehr Selbstbeschäftigte: Abschied vom 'Normal-Unternehmer'*. Universität Mannheim, Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim (ifm), Mannheim.
- Liebold, Renate; Trinczek, Rainer (2002): Experteninterview. In: Kühl, Stefan; Strotholz, Petra (Hrsg.): *Methoden der Organisationsforschung*. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 33 - 70.
- Luzar, Katrin (2004): *Inhaltsanalysen von webbasierten Informationsangeboten. Framework für die inhaltliche und strukturelle Analyse*. Norderstedt: Books on Demand GmbH.
- Läpple, Dieter (1991): Essay über den Raum. Für ein gesellschaftswissenschaftliches Raumkonzept. In: Häusermann, Hartmut; Ipsen, Detlev; Krämer-Badoni, Thomas; Läpple, Dieter u. a. (Hrsg.): *Stadt und Raum. Soziologische Analysen*. Pfaffenweiler, S. 157 - 207.
- Löw, Martina (2001): *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lührs, Rolf; Albrecht, Steffen; Hohberg, Birgit; Lübcke, Maren (2004): Online Diskurse als Instrument politischer Partizipation. Evaluation der Hamburger Internetdiskussion zum Leitbild 'Wachsende Stadt'. In: *kommunikation@gesellschaft*, Beitrag 1, S. 1 - 23.
- Mahnkopf, Birgit; Altvater, Elmar (2004): Formwandel der Vergesellschaftung - durch Arbeit und Geld in die Informalität. In: Beerhorst, Joachim; Demirovic, Alex; Guggemos, Michael (Hrsg.): *Kritische Theorie im gesellschaftlichen Strukturwandel*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 65 - 93.
- Manning, Stephan (2003): *Bindung als soziales Phänomen: Begriffe, Konzepte und Analyse*. Konzeptpapier für den Verbund „Grenzen der Entgrenzung von Arbeit“. FU Berlin, Institut für Allgemeine BWL. Verfügbar unter: <http://sites.wiwiss.fu-berlin.de/sydow/neuerscheinungen/PubOnDem/Bindungspapier-V1203.pdf>, Zugriff am 10.03.2004.
- Manning, Stephan; Sydow, Jörg (2005): Arbeitskräftebindung in Projektnetzwerken der Fernsehproduktion. Die Rolle von Vertrauen, Reputation und Interdependenz. In: Mayer-Ahuja, Nicole; Wolf, Harald (Hrsg.): *Entfesselte Arbeit - neue Bindungen*. Berlin: edition sigma, S. 185 - 220.

- Manning, Stephan; Wolf, Harald (2005): Bindung von Arbeit und Arbeitskraft. Eine theoretische Perspektive auf Grenzen der Entgrenzung. In: Mayer-Ahuja, Nicole; Wolf, Harald (Hrsg.): Entfesselte Arbeit - neue Bindungen. Berlin: edition sigma, S. 25 - 60.
- Marcuse, Peter (2002): Entpolitisierte Globalisierungsdiskussion. Informationszeitalter und Netzwerkgesellschaft bei Manuel Castells. In: PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Heft 127, S. 321 - 344.
- Matuschek, Ingo (2005): Interaktionskontrolle bei leitfadenorientierten Interviews. Zur rekonstruktiven Auswertung einer vorstrukturierten Empirie. In: Boes, Andreas; Pfeiffer, Sabine (Hrsg.): Informationsarbeit neu verstehen. Methoden zur Erfassung informatisierter Arbeit. . München: Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung (Reihe ISF Forschungsberichte).
- Mayer-Ahuja, Nicole; Wolf, Harald (2005): Entfesselte Arbeit - neue Bindungen. Grenzen der Entgrenzung in Medien und Kulturindustrie. Berlin: edition sigma.
- Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel: Beltz Verlag, 8. Auflage.
- McLuhan, Marshall (1968): Die Gutenberg-Galaxis: das Ende des Buchzeitalters. Düsseldorf (u. a.): Econ-Verlag.
- Metje, Christian (2005): Internet und Politik: die Auswirkungen des Onlinemediums auf die Demokratie. Berlin: Logos Verlag.
- Meuser, Michael; Nagel, Ulrike (2002): Experteninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht: Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander; Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen: Leske + Budrich, S. 71 - 94.
- Miller, Daniel; Slater, Don (2000): The Internet. An Ethnographic Approach. Oxford: Berg.
- Mirschel, Veronika (2005): In der Sahelzone der Einkommen. Zur sozialen Lage von KünstlerInnen und freien Medienschaffenden. Verfügbar über: <http://www.linksnet.de/druck-sicht.php?id=1912>, Zugriff am: 03.11.05.
- Mosberger, Brigitte; Steiner, Karin (2002): Unternehmerisches Agieren oder unternehmerisches Reagieren? Situation und Erwerbsrealität Neuer Selbstständiger. In: Arbeitsmarktservice Österreich (Hrsg.): Qualifikationsstrukturbericht des AMS Österreich für 2001. Wien: AMS Report, S. 89 - 102.
- Muzic, Suzana; Schwickert, Axel, C. (1998): Demokratiepoltische Potentiale des Internet in Deutschland. Johannes Gutenberg Universität, Mainz. Verfügbar über: http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2004/1675/pdf/Apap_WI_1998_02.pdf, Zugriff am 16.10.2005
- Münker, St.; Roesler, A. (1997): Mythos Internet. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nies, Gerd (2000): Immer noch ein ungeliebtes Kind? Arbeitnehmerähnlichkeit und Gewerkschaften. In: ZUM Sonderheft, S. 653 - 659.
- Nies, Gerd (2002): Selbstständige und Gewerkschaften. Grußwort zur Fachtagung von mediafon am 6.4.2002 in Frankfurt am Main, unveröffentlichtes Manuskript.
- Nies, Gerd; Pedersini, Roberto (2003): Freelance Journalists in the European Media Industry. European Federation of Journalists. Verfügbar über: www.ifj.org/pdfs/FinalReportFreelance.pdf, Zugriff am: 03.05.2004.
- Norris, Pippa (2003): Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge (u. a.) : Cambridge Univ. Press, Reprint.

- Osterland, Martin (1990): "Normalbiographie" und "Normalarbeitsverhältnis". In: Berger, Peter, A.; Hradil, Stefan (Hrsg.): Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile. Göttingen: Schwartz, S. 351 ff.
- Paetau, Michael (1996): Informationsgesellschaft, Kommunikationsweise und sozialer Raum. Soziologische Betrachtung der Entkoppelung von Kommunikation. In: Forum Wissenschaft, 1, S. 29 - 32.
- Paetau, Michael (1997): Sozialität in virtuellen Räumen?. In: Becker, Barbara; Paetau, Michael (Hrsg.): Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. FFM/New York: Campus Verlag, S. 103 - 134.
- Paetau, Michael (1999): Computernetzwerke und die Konstitution des Sozialen. In: Honegger, Claudia; Hradil, Stefan; Traxler, Franz (Hrsg.): Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg i.Br. 1998. Opladen: Leske und Budrich, S. 270 - 284.
- Pappi, Franz Urban (1987): Techniken der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg Verlag.
- Paulu, Constance (2001): Mobilität und Karriere: eine Fallstudie am Beispiel einer deutschen Großbank. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verlag, 1. Auflage.
- Pelizäus-Hoffmeister, Helga (2001): Mobilität: Chance oder Risiko? Soziale Netzwerke unter den Bedingungen räumlicher Mobilität - das Beispiel freie JournalistInnen. Opladen: Leske + Budrich.
- Perillieux, René; Bernnat, Rainer; Bauer, Marcus (2000): Digitale Spaltung in Deutschland. Ausgangssituation, Internationaler Vergleich, Handlungsempfehlungen. Verfügbar über: <http://i-d21.de/news/disp.pdf>, Zugriff am 16.09.2005
- Perulli, Adalberto (2003): Wirtschaftlich abhängige Beschäftigungsverhältnisse/arbeitnehmerähnliche Selbstständige: rechtliche, soziale und wirtschaftliche Aspekte. Studie im Auftrag der Europäischen Kommission, Brüssel.
- Pongratz, Hans J.; Trinczek, Rainer (2005): Industrielle Beziehungen als soziales und kulturelles Kapital . Innovative Bildungs- und Qualifizierungskonzepte von Gewerkschaften und Unternehmen. In: Moldaschl, Manfred (Hrsg.): Immaterielle Ressourcen. München/Mehring: Rainer Hampp Verlag, S. 95 - 130.
- Pongratz, Hans, J. (2002): Erwerbstätige als Unternehmer ihrer eigenen Arbeitskraft? In: Kuda, Eva; Strauß, Jürgen (Hrsg.): Arbeitnehmer als Unternehmer? Herausforderungen für Gewerkschaften und berufliche Bildung. Hamburg: VSA-Verlag, S. 8 - 23.
- Pongratz, Hans, J. (2004): Die Verunsicherung biographischer Perspektiven. Erwerbsbiographien zwischen Normalitätserwartung und Flexibilisierungsdruck. In: Behringer, Friederike u.a. (Hrsg.): Diskontinuierliche Erwerbsbiographien: zur gesellschaftlichen Konstruktion und Bearbeitung eines normalen Phänomens. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren, S. 27 - 45.
- Pongratz, Hans, J.; Voß, Günter.G (2000): Vom Arbeitnehmer zum Arbeitskraftunternehmer - Zur Entgrenzung der Ware Arbeitskraft. In: Minssen, Heiner (Hrsg.): Begrenzte Entgrenzungen. Wandlungen von Organisation und Arbeit. Berlin: edition sigma, S. 225 - 248.
- Portes, Alejandro (1995): Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview. In: Portes, Alejandro (Hrsg.): The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. New York: Russell Sage Foundation, S. 1 - 41.

- Postman, Neil (1992): Das Technopol: die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Fischer Verlag , 2. Auflage.
- Preisser, Rüdiger (2001): Dimensionen der Kompetenz zur berufsbiographischen Selbstorganisation und Flexibilität. Komplexität und Kompetenz. Ausgewählte Fragen der Kompetenzforschung. In: Franke, Guido (Hrsg.): Bielefeld: Bertelsmann Verlag, S. 221 - 240.
- Pries, Ludger (1997): Neue Migration im transnationalen Raum. In: Pries, Ludger (Hrsg.): Transnationale Mobilität. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Pröll, Ulrich (2005): Ausgangslage und Vorüberlegungen für ein nationales Handlungskonzept zur Verbesserung des Gesundheitsschutzes und der Sicherheit Selbstständiger am Arbeitsplatz. Werkstattbericht, Dortmund. Verfügbar über: www.selbststaendig-und-gesund.de/download/werkstattbericht_sg_projekt_0507.pdf, Zugriff am: 10.01.2006.
- Putnam, Richard (1993): Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, Richard (2000): Bowling alone. New York: Simon and Schuster.
- Pötschke, Manuela (2002): Methodische Überlegungen zu Inhaltsanalysen von Mailinglisten. In: *kommunikation@gesellschaft*, Beitrag 4.
- Quan-Haase, Anabel; Wellman, Barry (2002): How does the Internet affect social Capital? forthcoming in: Huysman, Marleen; Wulf, Volker (Hrsg.): Social Capital and Information Technology. Verfügbar über: http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/internetsocialcapital/Net_SC-09.PDF, Zugriff am 12.05.2005
- Rehberg, Frank; Stöger, Ursula (2004): mediafon. Beratung- und Kooperationsprojekt für Selbstständige im Medien- und Informationsbereich. Abschlussbericht des BMBF Projektes. München: IMU-Institut.
- Rehberg, Frank; Stöger, Ursula; Sträter, Detlev (2002): Frauen in der Medienwirtschaft - Chancen und Hemmnisse für Frauenerwerbstätigkeit in einer prosperierenden Zukunftsbranche. München: IMU-Institut.
- Reich, Robert, B. (1997): Die neue Weltwirtschaft. Das Ende der nationalen Ökonomie. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn/Paris: Addison-Wesley.
- Rifkin, Jeremy (2002): Access. Das Verschwinden des Eigentums. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Rilling, Rainer (2003): Linksnet. Thesen zu einer linken Internet-Politik. In: *Widerspruch* (CH), 45, S. 47 – 54. Verfügbar über: <http://www.rainer-rilling.de/texte/linksnet.pdf>, Zugriff am 12.05.2005
- Ritzer, George; Murphy, James (2002): Festes in der Welt des Flusses: Die Beständigkeit der Moderne in einer zunehmend postmodernen Welt. In: Junge, Matthias; Kron, Thomas (Hrsg.): Zygmunt Bauman. Soziologie zwischen Postmoderne und Ethik. Opladen: Leske und Budrich, S. 51 - 79.
- Röper, Horst (2002): Zeitungsmarkt 2002. Wirtschaftliche Krise und steigende Konzentration. In: *Media Perspektiven*, Heft 10, S. 478 - 490.
- Sauer, Dieter (2002): Neue Zumutungen an Arbeitskraft im Prozeß kapitalistischer Restrukturierung. Beitrag zur Arbeitstagung: Unselbständige Selbständige oder Arbeitskraft-

- unternehmer? Kontroversen über Autonomie und Herrschaft in der neuen Unternehmensorganisation am 23.-24.05.2002 in Köln. Verfügbar über: www.cogito-institut.de/DS%20Zumutungen.htm.
- Sauer, Dieter (2005): Arbeit im Übergang. Zeitdiagnosen. Hamburg: VSA Verlag.
- Schaffeld, Burkhard (2002): Die Kontroverse um das neue Urhebervertragsrecht. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 2002. Berlin: ZV Zeitungsverlag Service GmbH, S. 244 - 255.
- Schauen, Ulli (2002): Tacheles reden am virtuellen Schreibtisch. In: M - Menschen machen Medien, 6, S. 34 - 35.
- Schelske, Andreas (2005): Computergestützte Vergesellschaftung. In: Jäckel, Michael; Mai, Manfred (Hrsg.): Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien. Wiesbaden: VS Verlag, S. 137 - 155.
- Schenk, Michael (1995): Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Scherer, Helmut (1998): Partizipation für alle? Die Veränderung des Politikprozesses durch das Internet. In: Rössler, Patrick (Hrsg.): Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 171 - 188.
- Schivelbusch, Wolfgang (1977): Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert. München: Hanser.
- Schmidt, Jan (2002): Die Raumwirksamkeit neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Rezensionssatz zu: Gernot Wersig (2000). Informations- und Kommunikationstechnologien. Eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge. In: Forum Qualitative Sozialforschung, Vol. 3 Nr. 4. Verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-02/4-02review-schmidt-d.htm>, Zugriff am 13.03.2004.
- Schmidt, Jan (2005): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Schmiede, Rudi (1996): Informatisierung und gesellschaftliche Arbeit. Strukturveränderungen von Arbeit und Gesellschaft. Berlin: edition sigma.
- Schneider, Irmela (1997): Neue Medien in Mediendiskursen. Einige Überlegungen zur Analyse von Netzkommunikation. In: Becker, Barbara; Paetau, Michael (Hrsg.): Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. FFM/New York: Campus Verlag, S. 29 - 52.
- Schneider, Norbert, F; Limmer, Ruth; Ruckdeschel, Kerstin (2002): Mobil, flexibel, gebunden. Familie und Beruf in der mobilen Gesellschaft. FFM/Main: Campus.
- Schulz, Rüdiger (2002): Allensbacher Studie: 'Zeitung und Internet'. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (Hrsg.): Zeitungen 2002. Berlin: ZV Zeitungsverlag, S. 151 - 173.
- Schwalm, Carola (1998): Globale Kommunikation. Der Wandel sozialer Beziehungen durch die Kommunikation in Computernetzwerken. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag Berlin.
- Schönberger, Klaus (2000): Internet und Netzkommunikation im sozialen Nahbereich. Anmerkungen zum langen Arm des "real life". In: medienethik, 2, S. 33 - 42.
- Schönberger, Klaus (2004): 'Ab Montag wird nicht mehr gearbeitet!' Selbstverwertung und Selbstkontrolle im Prozess der Subjektivierung von Arbeit. In: Hirschfelder, Gunther; Huber Birgit (Hrsg.): Die Virtualisierung der Arbeit. Zur Ethnographie neuer Arbeits- und Organisationsformen. FFM/New York: Campus, S. 239 - 266.

- Schönhoven, Klaus (1999): "Einig sind wir stark". Die Gewerkschaften. In: Brockhaus-Redaktion (Hrsg.): Meilensteine der Menschheit. Einhundert Entdeckungen, Erfindungen und Wendepunkte der Geschichte. Leipzig-Mannheim, S. 254 - 257.
- Schütte, Wilfried (2004): Diskursstrukturen in fachlichen Mailinglisten: Zwischen Einwegkommunikation und Interaktion. In: OBST Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, 68, Internetbasierte Kommunikation, S. 55 - 75.
- Schütze, Alfred (1987): Das narrative Interview in Interaktionsfeldstudien: Erzähltheoretische Grundlagen. Studienbrief der Fernuniversität Hagen. Teil I. Hagen.
- Seifert, Manfred (2004): Kommentar: Lebenswelt und Arbeitswelt - Auflösung einer Grenzziehung? In: Hirschfelder, Gunther; Huber Birgit (Hrsg.): Die Virtualisierung der Arbeit. Zur Ethnographie neuer Arbeits- und Organisationsformen. FFM/New York: Campus, S. 307 - 318.
- Sennett, Richard (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin Verlag: Berlin.
- Simmel, Georg (1908): Die Kreuzung sozialer Kreise. In: Simmel, Georg (Hrsg.): Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Gesellschaft. Leipzig: Duncker & Humblot, S. 305 - 344.
- Simmel, Georg (1990): Über soziale Differenzierung. Sociologische und psychologische Untersuchungen. Reprint der Ausgabe von 1890. In: Gustav Schmoller (Hrsg.): Staats- und socialwissenschaftliche Forschungen. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Stegbauer, Christian (1995): Mail und Organisation: Partizipation, Mikropolitik und soziale Elektronik Integration von Kommunikationsmedien. Göttingen: Otto Schwartz & Co.
- Stegbauer, Christian (2000): Begrenzungen und Strukturen internetbasierter Kommunikation. In: Thimm, Caja (Hrsg.): Soziales im Netz. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 18 - 39.
- Stegbauer, Christian (2001): Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Stegbauer, Christian (2005): Soziale Formen im Internet. Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien. In: Jäckel, Michael; Mai, Manfred (Hrsg.): Online-Vergesellschaftung. Wiesbaden: VS Verlag, S. 201 - 222.
- Stegbauer, Christian; Rausch Alexander (1999): Die Konstitution sozialer Netzwerke durch Threads. In: Batinic, Bernad; Werner, Andreas; Bandilla, Wolfgang (Hrsg.): Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse. Göttingen: Hogrefe, S. 201 - 212.
- Straus, Florian (2002): Netzwerkanalysen. Gemeindepsychologische Perspektiven für Forschung und Praxis. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Straus, Florian (2006): Entwicklungslabor qualitative Netzwerkforschung. In: Hollstein, Betina; Straus, Florian (Hrsg.): Qualitative Netzwerkanalyse. Wiesbaden: VS Verlag, S. 481 - 494.
- Sydow, Jürgen; Wirth, Carsten; Manning, Stephan (2002): Autonomie und Bindung in Projektnetzwerken aus betriebswirtschaftlicher Perspektive: Literaturüberblick und erste konzeptionelle Überlegungen. Arbeitspapier zur Diskussion im Rahmen des 1. Workshops des Forschungsverbundes „Grenzen der Entgrenzung von Arbeit – Notwendigkeit einer Neuformierung der Arbeitsforschung“ am 25./26. Oktober 2002 in Göttingen. Verfügbar über: <http://sites.wiwiss.fu-berlin.de/sydow/media/pdf/Sydow,%20Wirth,%20Manning%20-%20-%20autonomie%20und%20bindung%20in%20projektnetzwerken.pdf>. Zugriff am 15.05.2004

- Thiedecke, Udo (Hrsg.) (2000): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Thiedecke, Udo (Hrsg.) (2004): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden: VS Verlag.
- Thimm, Caja (2001): Funktionale Stilistik in elektronischer Schriftlichkeit: Der Chat als Beratungsforum. In: Beißwenger, Michael (Hrsg.): Chat-Kommunikation. Stuttgart: ibidem Verlag, S. 255 - 278.
- Thimm, Caja (Hrsg.) (2000): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Thimm, Caja; Ehmer, Heidi (2000): 'Wie im richtigen Leben.' Soziale Identität und sprachliche Kommunikation in einer Newsgroup. In: Thimm, Caja (Hrsg.): Soziales im Netz. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 220 - 239.
- Tomlinson, John (1999): Globalization and Culture. Cambridge: Polity Press.
- Trinczek, Rainer (2002): Globalisierung - in soziologischer Perspektive. In: www.sowi-onlinejournal.de, 1. Verfügbar über: http://www.sowi-onlinejournal.de/2002-1/soziologie_trinczek.htm, Zugriff am 10.06.2005
- Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet. Hamburg: Reinbek.
- Tönnies, Ferdinand (1963): Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der Reinen Soziologie. Darmstadt.
- Urry, John (2000a): Sociology beyond Societies. Mobilities of the Twenty-First Century. London: Routledge.
- Urry, John (2000b): Sociology beyond Societies: Mobilities for the 21th Century. London and New York: Routledge.
- Urry, John (2002): Mobility and Proximity. In: *Sociology*, 2, 36, S. 255-274.
- Urry, John (2003): Global complexity. Cambridge: Policy Press.
- Utz, Sonja (1999): Soziale Identifikation mit virtuellen Gemeinschaften - Bedingungen und Konsequenzen. Lengerich, Berlin, Düsseldorf, Leipzig, Riga, Socottdale (USA), Wien, Zagreb: Pabst Science Publishers.
- Vanselow, Achim (2002): Neue Selbstständigkeit in der New Economy. Beobachtungen zur Situation von "E-Lancern" in Deutschland. In: Eichmann, Hubert; Kaupa, Isabella; Steiner, Karin (Hrsg.): Game over? Neue Selbstständigkeit und New Economy nach dem Hype. Wien: Falter Verlag, S. 157 - 183.
- Vanselow, Achim (2004): „Neue Selbständige in der Informationsgesellschaft. Fachtagung des Institutes zur Erforschung sozialer Chancen (ISO) Köln: Chancen und Risiken 'neuer' Selbstständigkeit - Eine genderorientierte Betrachtung. Verfügbar über: <http://www.iatge.de/aktuell/veroeff/2004/vanselow03.pdf>, Zugriff am 10.06.2005.
- Vanselow, Achim (2001): Neue Selbständige in der Informationsgesellschaft. Abschlußbericht eines Kooperationsprojektes des DGB-Bildungswerkes NRW e.V. und des Instituts Arbeit und Technik (IAT) im Wissenschaftszentrum NRW, Düsseldorf/Gelsenkirchen.
- ver.di (2004): Freibrief 3. Quartal, Nr. 50. Verfügbar über: http://medien-kunst-industrie.nrw.verdi.de/fachgruppen/dju_-_deutsche_journalistinnen-_und_journalisten-union_in_ver.di/freibrief_-_pdf-dateien_zum_herunterladen/data/freibrief_-_pdf-datei_ausgabe_50juli2004, Zugriff am: 23.03.2005.

- ver.di (2002): Gemeinsame Erklärung der Betriebsräte aus Zeitungsverlagen und von ver.di zur Verlagskrise und den medienpolitischen Konsequenzen, Frankfurt, 15. November 2002. Verfügbar über: <http://www.verdi-verlage.de/branchen/inhalte/gemeinsameerklaerung.html>, Zugriff am: 06.11.2004.
- Vogel, Andreas (2002): Publikumszeitschriften: Dominanz der Großverlage gestiegen. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 433 - 450.
- Voß, Günter G.; Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 1, Jg. 50, S. 131 - 158.
- Voß, Günter. G (1991): Lebensführung als Arbeit. Über die Autonomie der Person im Alltag der Gesellschaft. Stuttgart: Enke.
- Voß, Günter. G (2000): Neue Verhältnisse? Zur wachsenden Bedeutung der Lebensführung von Arbeitskräften für die Betriebe. In: Burkart Lutz (Hrsg.): Entwicklungsperspektiven von Arbeit. Ergebnisse aus dem Sonderforschungsbereich 333 der Universität München. Berlin: edition sigma, S. 31 - 45.
- Wagner, Alexandra (2000): Krise des Normalarbeitsverhältnisses? In: Schäfer, Claus (Hrsg.): Geringere Löhne - mehr Beschäftigung? Niedriglohnpolitik. Hamburg: VSA Verlag, S. 201 - 246.
- Weber, Max (1980): Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen: Mohr.
- Weber, Max (1988a): Die Objektivität sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: Winckelmann, Johannes (Hrsg.): Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen: UTB, S. 146 - 214.
- Weber, Max (1988b): Soziologische Grundbegriffe. In: Winckelmann, Johannes (Hrsg.): Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen: UTB, S. 541 - 581.
- Weingart, Peter (1989): Technik als sozialer Prozeß. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Weingarten, Rüdiger (1988): Technisierte Kommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weingarten, Rüdiger (1997): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wellman, Barry (1996): An Electronic Group is Virtually a Social Network. In: Kiesler, Sara (Hrsg.): Culture of the Internet. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, S. 179 -205.
- Wellman, Barry (2001): Physical place and Cyberspace the rise of Networked Individualism. The Rise of Personalized Networks. In: International Journal of Urban and Regional Research, 25, S. 227 - 252.
- Wellman, Barry; Hogan, Bernie (2004): The Immanent Internet. In: McKay, Jennifer (Hrsg.): Netting Citizens. St. Andrews: University of St. Andrews Press.
- Wellman, Barry; Milena, Gulia (1999): Net-Surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In: Wellman, Barry (Hrsg.): Networks in the Global Village. Life in Contemporary Communities. Colorado/Oxford: Westview Press, S. 331 - 366.
- Wellman, Barry; Quan-Haase, Anabel; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong u. a. (2003): The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. In: JCMC, No. 3, Vol. 8. Verfügbar über: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/wellman.html>, Zugriff am 12.05.2005.
- Wenny, Armin (1999): Ein-Personen-Unternehmen. Die Rolle der Unternehmensform im wirtschaftlichen Wandel, die soziale und wirtschaftliche Stellung von Selbständigen ohne eigene Beschäftigte. Marburg: Tectum Verlag.
- Wersig, Gernot (2000): Informations- und Kommunikationstechnologien: eine Einführung in Geschichte, Grundlagen und Zusammenhänge. Konstanz: UVK-Medien.

- Wetzstein, Thomas, A; Dahm, Hermann; Steinmetz, Linda; Lenters, Anja, Schampaul, Stephan, Eckert, Roland (1995): Datenreisende. Die Kultur der Computernetze.
- Weyer, Johannes (2000): Soziale Netzwerke. Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung. Oldenburg: Oldenburg Verlag.
- Wirh's, Sabine (1994): Freiberuflerinnen im Journalismus. Selbstverständnisse, Arbeitsformen, Probleme und Strategien. Münster/Hamburg: LIT Verlag.
- Wittel, Andreas (2001): Toward a Network Sociality. In: Theory, Culture & Society, Vol 18(6), S. 51- 76.
- Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview (26 Absätze). Verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-00/1-00witzel-d.htm>, Zugriff am: 12.10.2004.
- Zoche, Peter; Kimpeler, Simone; Joepgen, Markus (2002): Virtuelle Mobilität: ein Phänomen mit physischen Konsequenzen? Zur Wirkung der Nutzung von Chat, Online-Banking und Online-Reiseangeboten auf das physische Mobilitätsverhalten. Berlin u.a.: Springer.
- Zook, Matthew, A. (2005): The Geography of the Internet Industry. Oxford: Blackwell Publishing.
- Zook, Matthew, A.; Dodge, Martin; Yuko Aoyama; Anthony Townsend; (2004): New Digital Geographies: Information, Communication, and Place. In: Brunn, S.D.; Cutter, S.L.; Harrington, J.W. (Hrsg.): Geography and Technology. Boston/Dordrecht/New York/London: Kluwer Academic Publishers, S. 155 - 176.
- Zürn, Michael (1998): Regieren jenseits des Nationalstaates. In: Beck; Ulrich (Hrsg.): Edition Zweite Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Internetadressen:

- Internet-Demo gegen das Abschiebengeschäft. Verfügbar unter: www.libertad.de/inhalt-projekte/depclass/onlinedemo/index.shtml, Zugriff am 13.06.2005
- Online-Demonstration against Deportation Business. Verfügbar über: <http://www.geocities.-com/rouwer/dt/index.html>, Zugriff am 13.06.2005
- Bundesverband der Freien Berufe. Definition der Freien Berufe. Verfügbar über: www.freie-berufe.de/Definition.212.0.html, Zugriff am 23.03.2005
- Graswurzel-Journalismus. Verfügbar über: <http://de.wikipedia.org/wiki/Graswurzel-Journalismus>, Zugriff am 01.08.2006