

keinerlei Verhandlungsmacht haben, keine Lohnzusatzleistungen erhalten und kaum gesetzlichen Schutz genießen. Alles, was diese Unternehmen tun – von den Vergütungsplänen für ihre »Auftragnehmer:innen« bis zu der Art und Weise, wie ihre Algorithmen zur Zuteilung der Fahrten allem Anschein nach gelegentliches Fahren bestrafen –, dient in Wahrheit dazu, ihre Fahrer:innen Stück für Stück in eine Vollzeitbeschäftigung zu drängen, die aber nicht als Vollzeitbeschäftigung bezeichnet werden darf. In dem Augenblick, in dem Klarheit über diese Verhältnisse herrscht, werden diese Unternehmen zahlreichen Regeln unterworfen werden, womit ihre Rentabilität noch weiter sinken wird und sie mit einiger Sicherheit vom Markt verschwinden werden. Aber bis zu

diesem Moment werden sie uns unablässig erzählen, dass sie anders und neuartig sind und dass wir sie falsch verstehen, wenn wir die herkömmlichen Wirtschaftskategorien auf sie anwenden.

In diesem Buch beschäftige ich mich wiederholt mit Konzepten und Ideen, die vorgeblich neuartig, in Wahrheit jedoch sehr alte Motive in neuer Verkleidung sind. Der Zweck von Konzepten besteht darin, sinnvolle Unterscheidungen zu ermöglichen, aber die in den folgenden Kapiteln behandelten Konzepte dienen oft dazu, diese Unterscheidungen unmöglich zu machen. Die Rhetorik des Silicon Valley mag vollkommen neuartig klingen, aber in Wahrheit entspringt sie einigen alten amerikanischen Traditionen: von der Erweckungsbewegung zum Infomercial, von der Prädestination zur

Selbsthilfe. Auch das Gegenteil kann zutreffen: Ein ums andere Mal werden wir auf zwei Phänomene stoßen, die für unser ungeschultes Auge wie ein und dasselbe aussehen, jedoch verschiedene Dinge sind, wenn wir einer großen Propagandaindustrie Glauben schenken. Das Taxiunternehmen verliert Geld. Uber verliert Geld. Doch scheinbar ist das nicht dasselbe. Die in diesem Buch behandelten Ideen des Techsektors sind nicht falsch, aber sie erlauben es den Reichen und Mächtigen, Unterscheidungen ohne Unterschied vorzunehmen, und kaschieren Unterschiede, die politisch wichtig sind. Diese Ideen sind nicht *an sich* gefährlich. Sie sind gefährlich, weil sie wahrscheinlich zu schlechtem Denken führen werden.

In den folgenden Kapiteln werde ich versuchen zu zeigen, wie bestimmte Ideen die Lebenswelt des Techsektors prägen und wie sich dieser Sektor gegenüber den Medien darstellt, die Helden und Schurken brauchen und nach spektakulären Geschichten in einer im Grunde sehr unspektakulären Industrie suchen. Eine Studie wie diese muss beinahe zwangsläufig die sehr sichtbaren Gründer:innen, Financiers und Meinungsführer:innen in den Vordergrund rücken. Herauszufinden, wie gewöhnliche Programmierer oder Entwickler oder auch all die Leute im Techsektor denken, die nicht gemeinhin diesem Sektor zugerechnet werden, ist ebenfalls ein sehr interessantes Projekt, aber es ist nicht das Projekt dieses

Buchs. Die Medien sind im Guten wie im Schlechten auf die Vordenker:innen des Techsektors angewiesen. Anscheinend brauchen sie bestimmte Figuren, um ihr Narrativ entwickeln zu können. Peter Thiel, Elon Musk, Steve Jobs und andere wissen oder wussten, wie sie das für sich nutzen können; sie haben es von jenem anderen Exportschlager Kaliforniens gelernt, von der Gegenkultur der sechziger Jahre.

Leider bedeutet das, dass dieses Buch Gefahr läuft, eines der zentralen Missverständnisse des Techsektors zu wiederholen: Es ist keineswegs klar, ob Figuren wie Zuckerberg, Musk oder auch Jobs wirklich das Selbstverständnis dieses Sektors verkörpern. Hingegen ist klar, dass sie die Kommunikationsweise des Techsektors mit der Außenwelt verkörpern. Sie eignen sich als