

Ist Campact disruptiv wie Amazon und Google? Eine polemische Analyse

13. August 2017 | Erstellt von Mawi (attac Darmstadt),

Campact nervt. Jede Woche eine neue Mail und für mich als Attac-Aktivist eine Zumutung nach der anderen. Müssen sie als Plattform so agieren? Oder sind sie vielleicht nur das Spiegelbild des neuen Plattformkapitalismus?

Facebook, Amazon und Google sind beispielhaft für den Plattformkapitalismus. Sie alle vereint, der Glaube mit den richtigen Algorithmen und megavielen Daten den besseren Service und somit hohe Umsätze zu kreieren, sowie die Welt besser zu machen. Allen gemeinsam ist ihnen das Ideal der Disruption, des Schöpferisch-Zerstörenden: das Alte nicht erneuern, sondern für das Neue hinwegfegen. Solche Prozesse analysierte schon der Ökonom Schumpeter im frühen 20. Jh.. Bei jedem Technologiewechsel können disruptive Prozesse nachgewiesen werden.

Das damit die Welt nicht besser, sondern im besten Fall erst mal nur anders wird, zeigt sich an geschlossenen Buchläden, dem neuen Vertriebsmonopol Amazon, dem sich kleine wie große Verlage gegenüber sehen und der miesere Jobs als vorher generiert. Mittlerweile zerstört Amazon auch Händler auf seiner Plattform, die so profane Dinge wie Gartenschere oder schicke Handtaschen verkaufen. Amazon erkennt beim Abwickeln anhand der Daten was gewinnträchtig ist und übernimmt diese Produkte in seine Shops.

Der ursprüngliche Händler findet sich dann in der Suchliste ganz weit unten.

Mit MechanicalTurk etablierte Amazon eine Plattform für vereinfachtes, zergliedertes Clickworking. Dieses Arbeiten untergräbt jegliche Form von Mindestlohn, sozialer Absicherung und betrieblicher Mitbestimmung.

Google räumte den Werbemarkt und somit den Zeitungsmarkt ab. Nutzte aber jahrelang Zeitungsartikel und somit Inhalte aus dem Netz ohne dafür zu bezahlen. AirBnB nutzt nicht nur Privatwohnungen und schäbige Absteigen, sondern auch die Infrastruktur der Städte ohne sich um lokale Gesetze zu scheren. Der Taxiservice Uber nutzt Privatautos und umgeht die lokal festgelegten Mindestpreise und Mindeststandards. Klassisch-fordistische Gewerkschaften können mit ihrem Organisationsmodell dem nichts wirksames entgegen setzen.

Diese Plattformen sind erfolgreich, weil sie tatsächlich Bedürfnisse bedienen. Entweder war der Service vorher mies, oder zu teuer, zu bürokratisch oder zu unbequem; oder weil es völlig neu ist, wie etwa bei Facebook. Die Nutzenden können sich einbringen mit Postings bei Facebook, Rezensionen bei Amazon oder booking.com, sowie Katzenvideos bei YouTube. Es entstehen viele wertvolle Klickdaten für Google & Co., wie Bewegungsprofile, Zahlungsverhalten, kulturelle, sexuelle und sonstige Vorlieben. Damit wird fast kostenfrei spannender Inhalt geschaffen, der diese Plattformen weiterhin interessanter für die Nutzenden macht.

Campact wiederum, nach dem Vorbild MoveOn aus den USA gegründet, agiert als Protestplattform. In der Anfangszeit gab es ein Beratungsgremium mit diversen NGOs. Heute bestimmen nur noch drei Personen allein was wichtig ist. Die über 50 Angestellten und CampagnerInnen haben wenig zu sagen. Im Zweifel testet man die Relevanz von Texten und Forderungen an einigen der knapp 2 Mio. Abonnenten. Meinungsumfrage statt demokratischer Diskussion.

Der transparente Haushalt ändert nichts an der Situation welches Partizipationsverständnis bei Campact herrscht.

Um dem Mainstream und den Medien zu gefallen werden auch mal alte Partner, wie etwa Attac nach den G20-Protesten, öffentlichkeitswirksam angegriffen. Dabei sind es Attacies, die die Anti- TTiP-Kampagne vor Ort durch Veranstaltungen, Bündnisse und Aktionen organisiert haben. Dabei sind es andere NGOs die Wissen über Monsanto, Bienensterben, Autobahnprivatisierung usw. mühselig erarbeiten und populär machen. Anschließend kapert Campact das Thema, übernimmt die Sprachregelung und die Führung des Protestes. Kleinen NGOs bleibt oft nur mitlaufen oder sein lassen. Eine Änderung der Aufrufe ist kaum möglich. Rücksichtnahme auf demokratische Entscheidungsstrukturen der Partner gibt es keine, da aus Sicht von Campact demokratische Prozesse zu langsam und zu ineffizient sind. Damit zwingt Campact sein Tempo sowie seine Denk- und Arbeitsweise anderen auf, stiehlt Aufmerksamkeit für Projekte die andere initiierten und erhält dafür viele Spendengelder.

So wie Amazon den virtuellen Raum verläßt und die ersten AmazonGo-Shops eröffnete, so erkannte Campact auch, daß sie in die reale Welt raus müssen. Sie machen kleine Aktionen bei Unterschriftenübergaben, organisieren Groß-Demos mit und seit kurzem bestimmen sie den Diskurs wann zu welchem Thema wie demonstriert wird.

Das ist in der Wirkung disruptiv und bildet mittlerweile ein Protestmonopol mit dem man nur schwer verhandeln kann.

Und es funktioniert. Der spendenfinanzierte Haushalt von Campact ist mehr als dreimal so groß wie der von Attac und das Büro hat doppelt so viele Beschäftigte. Campact hat dazu eine hohe Akzeptanz und die Anerkennung als wichtiger politischer Akteur.

Die Mailempfängernden haben zudem das gute Gefühl mit einem Klick alles richtig zu machen, ohne sich aktiv in Vereinen usw. einbringen zu müssen. Aktivieren lassen sie sich aber schlecht. Beim Projekt „Aufruf 2017“ sollten die sogenannten „Campact-Aktiven“ einen Forderungskatalog zur Bundestagswahl aufstellen. Es organisierten nur 1 200 Freiwillige die Fragerunden vor Ort und nur 12 000 nahmen teil, also weniger als 1% der Abonnenten. Nur 75 000 von knapp 2 Mio klickten dann den 10-Punkte-Forderungskatalog zurecht (< 4%). Und an der „Protestwelle“ am Sonntag vor der G20-Protestwoche in Hamburg nahmen knapp 10 000 Leute teil, obwohl große NGOs mit Campact dazu aufriefen. Nur sechs Tage später, bei der Abschlussdemonstration der Protestwoche, zu der Attac, die Interventionistische Linke, die Partei Die Linke und viele Basisgruppen aufgerufen hatten, kamen 76.000 TeilnehmerInnen.

Trotzdem müssen wir uns fragen, warum Campact für viele potentielle Attac-Sympathisanten so attraktiv ist. Ist Campact möglicherweise die adäquate Widerstandsform des

Plattformkapitalismus? Schließlich gab es mit den Massengewerkschaften und den Massenparteien die passenden Organisationsformen des Fordismus mit seinem uniformen Massenkonsum und seiner uniformen Massenproduktion.

So wie ehemals starke fordistische Gewerkschaften sich anpassen und eigene Plattformen zur Organisation von Crowdworker aufbauen (IG Metall mit faircrowdwork.org) so muss sich auch Attac anpassen. Dabei braucht niemand eine Kopie von Campact. Stattdessen muss Attac sich ändern ohne seinen emanzipatorischen und demokratischen Bildungs- und Aktionsanspruch aufzugeben.

Denn Campact will die Demokratie retten, nur wollen wir wirklich deren Demokratie?