

Philipp Lorig¹

Soloselbstständige Internet-Dienstleister im Niedriglohnbereich: Prekäres Unternehmertum auf Handwerksportalen im Spannungsfeld zwischen Autonomie und radikaler Marktabhängigkeit

Abstract: Bei der Betrachtung kapitalismusbedingter Wandlungen des Arbeitsmarktes fällt im Niedriglohnbereich vermehrt eine entstandardisierte und prekäre Beschäftigungsform auf: Die selbstständige Arbeit auf Werkvertragsbasis, insbesondere im Bereich der handwerklichen Dienstleistungen. Eine in diesem Feld bis dato unerforschte Beschäftigtengruppe besteht aus Personen, die ihre handwerklichen Dienstleistungen primär auf Handwerksportalen im Internet anbieten und ihre Auftragsakquise in den virtuellen Raum verlegt haben. Diese Portale, wie beispielhaft am Marktführer „MyHammer.de“ zu zeigen ist, zeichnen sich durch spezifische Abläufe von Angebot und Nachfrage, Informationsungleichheiten, einen verschleierte ‚Unterbietungswettbewerb‘ und ein Profil- und Bewertungssystem aus, das die Arbeitsabläufe bis weit in das Alltagsleben hinein strukturiert und vor allem diszipliniert. Auf der empirischen Grundlage biographischer Interviews mit soloselbstständigen Handwerkern untersucht der vorliegende Artikel, inwiefern in diesem wachsenden Segment atypischer Erwerbsarbeit – das prototypisch für prekäre Arbeit unter zunehmender Vermarktlichung und dem gesellschaftlich vermittelten Diktum unternehmerischer Eigenverantwortung gelten kann – Autonomieansprüche und Ideale der Selbstverwirklichung selbstständiger Erwerbsarbeit in ihr Gegenteil verkehrt werden.

1 Einleitung: Soloselbstständige im Niedriglohnbereich

Selbstständige Arbeit scheint heute wieder für immer mehr (Erwerbs-) Personen eine Alternative zur abhängigen Beschäftigung zu sein. Dies galt für bestimmte Berufe und Branchen schon seit dem 19. Jahrhundert, man denke an das Tagelöhnertum in den Anfangstagen des Kapitalismus und das prekäre Arbeiten auf Rechnung im aufkommenden Dienstleistungssektor des 20. Jahrhunderts z.B. im Gastgewerbe, im Straßenverkauf und vor allem im Bekleidungs- und Reinigungsgewerbe (Schmidt 1999). Es sei aber auch an die ‚freien Berufe‘ und ‚Neue Selbstständigkeit‘ des fordistischen Wohlstandsversprechens erinnert, die z.B. als Ärzte, Architekten, Anwälte, Firmen- und Geschäftsinhaber oder als Fachkräfte in der aufstrebenden IT-Branche arbeiteten, über eine hohe Qualifikation und gesicherte Kapitalausstattung verfügten, deren Einkommen hoch und deren Lebensstil meist bürgerlich war (Egbringhoff 2007, Vanselow 2003).

In den letzten 20 Jahren lässt sich vor allem ein Anstieg von soloselbstständigen Gründungen im Niedriglohnbereich beobachten, oftmals unter prekären und unsicheren Einstiegs- und Existenzbedingungen. Wird der Blick auf die Motivationen zum Schritt in die (Solo-)Selbstständigkeit gerichtet, kann eine allgemeine Unterscheidung in „Ökonomien der Not“ und in „Ökonomien der Selbstverwirklichung“ getroffen werden. Laut Dieter Bögenhold folgen dem Muster einer Rationalität der Selbstverwirklichung vor allem Menschen, die vergleichsweise gute Arbeitsmarkt- und Einkommenschancen und hohe Qualifikationen haben, sich von der Aussicht auf Autonomie,

¹ Dipl. Soz. Philipp Lorig, TU Darmstadt, Institut für Soziologie. Email: lorig@ifs.tu-darmstadt.de.

nicht-weisungsgebundene selbstbestimmte Erwerbsarbeit und erhöhte Entscheidungsmöglichkeiten angezogen fühlen und meist das finanzielle Risiko des Schrittes einzuberechnen in der Lage sind. Bei der Logik der Ökonomie der Not handelt es sich um Menschen mit wenigen Aussichten auf eine abhängige Beschäftigung, die vor allem in die wenig kapitalintensive Gründung von Ein-Personen-Unternehmen, ergo in die Soloselbstständigkeit gedrängt werden (Bögenhold 1985, 1989). Zugangswege sind hierbei eher niedrige Bildungsabschlüsse, fehlende Chancen auf Beschäftigung mit ausreichend Lohn und dementsprechend vorrangig Tätigkeitsfelder mit niedrigen Einstiegsschwellen wie Dienstleistungsarbeiten, Kleinhandel, Gastgewerbe etc.

Im Zuge voranschreitender Tertiarisierung und Digitalisierung finden viele dieser Arbeitsformen, die Suche nach Aufträgen und deren Abwicklung heute im Internet statt. Sind die Beschäftigungsbereiche, die unter den Begriffen der „Kreativwirtschaft“ und IT- Dienstleistungen subsumiert werden können, sozialwissenschaftlich im Zuge der arbeits- und organisationssoziologischen Diskussionen um Entgrenzung, Subjektivierung von Arbeit und Prekarisierung ausgelotet und weitergehend erforscht, wurde die eher klassische selbstständige Arbeit auf handwerklicher und körperlicher Basis selten beachtet. Doch gerade in diesem Feld, das in den unteren Randzonen des Arbeitsmarktes anzusiedeln ist, findet ein Wandel statt, der sich in der zunehmenden Nutzung von Handwerks- und Dienstleistungsportalen zur Auftrags- und Kundensuche widerspiegelt. Nicht die selbstständige Handwerksarbeit ist dabei das Neue, kann diese doch auf eine lange Tradition und Geschichte zurückblicken (Van der Ven 1972, Eggebrecht et al. 1980), sondern die Art und Weise der Vermarktung über Online-Plattformen und die damit verknüpften Konsequenzen für die Arbeitsbedingungen und die Organisation von Arbeit. Um die Abläufe auf diesen Portalen und deren Charakteristika explorativ zu ergründen, aber auch um die subjektiven Umgangsweisen von Soloselbstständigen mit dieser marktorientierten Form von Dienstleistungsarbeit zu erforschen, wurden biographische Interviews mit soloselbstständigen Akteuren geführt, die ihre Arbeitskraft und handwerklichen Dienste auf dem größten Portal dieser Art anbieten.²

Im Folgenden wird zunächst auf die in der Forschung um Selbstständigkeit und Unternehmertum oftmals unterbelichteten spezifischen prekären Potenziale soloselbstständiger Arbeit eingegangen (2). Vor diesem Hintergrund werden in einem nächsten Schritt das Internetportal Myhammer.de und dessen Abläufe als Fallbeispiel genauer betrachtet (3), um abschließend drei Charakteristika dieser Form internetbasierter und gleichzeitig im realen Kundenkontakt stattfindenden Arbeit nachzuzeichnen (4).

² Insgesamt wurden zehn biographische Interviews mit männlichen soloselbstständigen Handwerkern im Alter zwischen 27 und 51 Jahren geführt. Alle Interviews fanden im Raum einer ostdeutschen Großstadt statt. Als weitere explorative empirische Basis wurden Interviews auf Selbstständigen-Stammtischen, ein Interview mit einer Vertreterin einer Erwerbsloseninitiative und zwei Interviews mit Gründerinnen einer Selbstständigen-Initiative durchgeführt.

2 Soloselbstständigkeit und ihr Prekäres Potenzial

2.1 Anstieg der Soloselbstständigkeit im Niedriglohnbereich

Lag der Anteil der Soloselbstständigen – sogenannter Ein-Personen-Unternehmen – an allen Selbstständigen im Jahr 1991 noch bei 46%, hat er sich bis zum Jahr 2013 auf 57%, in absoluten Zahlen 2,6 Millionen Soloselbstständige erhöht, was aus den Daten des Statistischen Bundesamtes und des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP) abzulesen ist. Zu erklären ist dieser Anstieg mit den sogenannten „geförderten Existenzgründungen“ im Zuge der Hartz IV-Reformen, die darauf abzielten, durch Förderung der Selbstständigkeit in Form des Existenzgründerzuschusses – besser bekannt als „Ich-AG“ – Arbeitslosigkeit abzubauen. Weiter führte die im April 2004 in Kraft getretene sogenannte „Handwerksnovelle“ zum Anstieg der Soloselbstständigkeit, da in 53 von 94 Gewerken die Meisterpflicht aufgehoben wurde, neue Betriebe somit auch ohne Meisterbrief gegründet werden konnten (Koch et al. 2011). Neben dem Anstieg der Soloselbstständigen im Baugewerbe um 30% trugen die verwandten handwerklichen Dienstleistungsberufe wie Gebäudereiniger oder Hausmeister zur gestiegenen Zahl der Soloselbstständigen bei; diese Berufsklassen sind nach Daten des Mikrozensus anteilig jeweils um 300% angestiegen, die Zahl der Hausmeister hat sich mehr als vervierfacht (Kelleter 2009). Als Ursache für diesen Anstieg scheinen zwei Erklärungen zulässig und von besonderer Relevanz: Zum einen wurden solche Arbeiten im Zuge erhöhter Flexibilisierung zunehmend ausgelagert, zum anderen fielen diese Arbeiten vermehrt in die Förderung von Existenzgründungen für geringqualifizierte Erwerbslose aus der Arbeitslosigkeit heraus hinein ins Feld der ‚Jedermannsarbeitsplätze‘.

2.2 Prekäre Potenziale der Soloselbstständigkeit

Wird der Fokus auf die sozioökonomische Gemengelage der Beschäftigtengruppe der Selbstständigen gelegt, zeigen sich im Vergleich zur Gruppe der abhängig Beschäftigten spezifische Charakteristika der Einkommenssituation, die auf erhöhte finanzielle Prekarisierungspotenziale sowohl auf der Individual- als auch auf der Haushaltsebene hinweisen. Im Vergleich zu den Einkommen der abhängig Beschäftigten ist auf Grundlage der Mikrozensus-Daten zu bemerken, dass unter den Soloselbstständigen eine größere Spreizung der Einkommensspanne vorherrscht. Knapp 29% aller Soloselbstständigen befinden sich im unteren Einkommensbereich mit einem monatlichen Nettoeinkommen von bis zu 1.100 Euro, von den abhängig Beschäftigten sind mit knapp 16% weitaus weniger in dieser Einkommensklasse vertreten. Aus der stark angestiegenen Gruppe der soloselbstständigen Hausmeister und Hauswärter befindet sich z.B. fast jeder zweite in der Einkommensklasse bis 1.100 Euro (Koch et al. 2011). Auch zeigt sich, dass die Hälfte aller Selbstständigen weniger als 14.252 Euro pro Jahr verdient, ein Wert, der um 40% unter dem Durchschnitt der abhängig Beschäftigten und nur knapp über der Armutsgrenze von 14.000 Euro liegt (Pongratz/Simon 2010). Auch wenn davon ausgegangen werden kann, dass Soloselbstständige oftmals keine Alleinverdiener sind und in Haushalten mit weiterem Einkommen wohnen, geben laut ihrer subjektiven Wahrnehmung fast ein Drittel

aller Soloselbstständigen an, in einem Haushalt mit monatlich weniger als 1.700 Euro zu leben (ebd.).

Ein weiterer Hinweis auf die Prekaritätsrisiken dieser Erwerbsform ist die steigende Zahl von Soloselbstständigen, die zur Unterstützung ihres Lebensunterhalts auf zusätzliche Mittel der Agentur für Arbeit/ARGE angewiesen sind. Der Anteil der Selbstständigen in der Grundsicherung an allen erwerbstätigen ALG II-Beziehern ist von 4,4% im Jahr 2005 auf 9,4% im Jahr 2011 gewachsen (ebd.).³ Besonders häufig (21%) arbeiten die selbstständigen ‚Aufstocker‘ laut Daten des IAB in Dienstleistungsberufen (Koller et al. 2012). Trotz der durchschnittlich sehr niedrigen Einkommen ist nur ein kleiner Teil der selbstständigen ‚Aufstocker‘ in geringem Umfang erwerbstätig. 64% arbeiten zwischen 30 und über 40 Stunden pro Woche. Somit wird die Arbeit als Vollzeitberufstätigkeit ausgeführt ohne ausreichenden Gewinn abzuwerfen, der ein existenzsicherndes Leben zu garantieren in der Lage ist (ebd.). Ein erhöhtes Prekarisierungsrisiko zeigt sich entsprechend auch in den Nettostundeneinkünften der selbstständigen ‚Aufstocker‘: Fast zwei Drittel beziehen weniger als fünf Euro netto pro Stunde und dies weit über die Gründungsphase hinaus (ebd.).⁴

Auf die Frage, wo diese prekären Dienstleistungstätigkeiten vornehmlich angeboten und soloselbstständige Arbeitskraft im Randzonenbereich des Arbeitsmarktes verkauft wird, findet sich immer häufiger eine Antwort: Auf Dienstleistungsportalen im Internet, was im Folgenden genauer beleuchtet werden soll.

3 Handwerks- Dienstleistungen im Internet: Myhammer.de

3.1 Charakteristika von MyHammer.de

Der europäische Marktführer unter den Internetportalen für Handwerks- und Dienstleistungsaufträge ist mit über einer halben Million Besuchern im Monat die Plattform MyHammer.de. Diese im Januar 2005 gegründete AG mit Unternehmenssitz in Berlin hat momentan 70 Mitarbeiter und unterhält Portale in Deutschland, Österreich und Großbritannien. Das deutsche Portal hat 1,7 Millionen registrierte Nutzer, davon sind 290.000 Handwerker und Dienstleister. Pro Monat finden auf dem Portal 50.000 neue Ausschreibungen statt und pro Tag werden 1.000 Neuanmeldungen registriert (MyHammer.de 2012). Im Jahr 2005 gestartet als reine Rückwärtsauktion, wurde das System 2006 von Rückwärtsauktionen auf Ausschreibungen umgestellt. Die Profile der Nutzer und ihre Kontaktdaten sind mittlerweile offen sichtbar, angegebene Qualifikation müssen nachgewiesen werden. Um das gegenseitige Unterbieten und Preisabwärtsspiralen weiter einzudämmen, führte MyHammer 2010 ein, dass Angebote samt Preisvorstellungen nur noch für die Auftraggeber sichtbar sind. Die Auftragnehmer haben keine Einsicht mehr in die Preisangebote ihrer Konkurrenten. Auch

³ Auf gleiche Zahlen und einen stetigen Anstieg der Selbstständigen in der Grundsicherung verweist auch das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (Koller et. al 2012).

⁴ Auffallend ist, dass alle zehn interviewten Soloselbstständigen aus der Erwerbslosigkeit und ALG II- Bezug mit Hilfe eines Existenzgründerzuschusses in die Soloselbstständigkeit gegründet haben. Dies war methodisch nicht beabsichtigt und geplant, ist aber bestimmt kein empirischer Zufall und verweist explizit auf den Hintergrund der prekären Lebensverhältnisse und ökonomischen Zwangslagen dieser Beschäftigtengruppe, aus denen eine Unsicherheit der Lebensplanung und die damit verbundene Abhängigkeit von Aufträgen entspringen.

können Auftragnehmer mittlerweile nur noch auf Angebote bieten, die in das von ihnen angegebene Tätigkeitsfeld und ihre Eintragung in der Handwerkskammer passen (MyHammer.de 2014).

Abläufe von Angebot und Nachfrage

Für Auftraggeber, Privatpersonen, oder Firmen, die eine Dienstleistung ausgeführt haben wollen, verläuft die Suche auf MyHammer.de auf zwei Wegen und nach folgendem Ablaufschema: In einer Suchmaske können über Branchen, Region oder nach Stichwort geeignete Betriebe oder Ein-Personen-Unternehmen gesucht und daraufhin kontaktiert werden. Der andere Weg gestaltet sich über eine Anmeldung auf dem Portal und das Eintragen eines Auftrages, in dem die auszuführende Arbeit beschrieben wird. Auf diesen Auftrag können die Auftragnehmer nun Gebote mit ihren Preisvorstellungen für die Arbeit abgeben. Der Auftraggeber kann sich aus den Geboten den für ihn passenden und seinen Preis-, Qualifikations- und Qualitätsvorstellungen entsprechenden Auftragnehmer aussuchen und den Auftrag erteilen.

Auftragnehmer auf Kundensuche – die Soloselbstständigen – richten sich ein Profil ein, in das sie alles für potenzielle Kunden Wissenswerte über ihr Unternehmen/ihren Betrieb, aber auch über ihre Qualifikationen, Eintragungen in eine Handwerksrolle, Mitgliedschaften und Versicherungen etc. eintragen können. Auch Bewertungen über ausgeführte Tätigkeiten sind auf dem Profil sichtbar, sodass sich ein Auftraggeber ein möglichst umfassendes Bild über den Auftragnehmer machen und dies in seine Angebotsvergabe einbeziehen kann. Diese auf der Internetpräsenz des Unternehmens dargestellten Abläufe von Angebot und Nachfrage mit Verweis auf die Vorteile für alle Beteiligten haben aus Sicht der interviewten Soloselbstständigen auf der Suche nach Aufträgen in den meisten Fällen einen anderen Schwerpunkt.⁵ Auch wenn sich die Beschreibungen der Abläufe und Unternehmensentwicklungen auf der Ebene der Regulierungen und Qualitätswahrung zumeist mit den Aussagen auf der Unternehmenswebseite überschneiden, werden die Abläufe, Preisfindungen und die Auftragsvergabe in fast allen Fällen deutlich negativer bewertet.

Denn die Auftragsvergabe und Kundenakquise verläuft aus der Sicht der Auftragnehmer sehr intransparent und informationsasymmetrisch.

Der Auftragnehmer hat zwei Möglichkeiten: Falls der Auftraggeber ihn nicht kontaktiert und den weiteren Ablauf direkt anspricht, muss er entweder ohne weitere Informationen als die im Auftrag beschriebenen ein Gebot abgeben, um an die Kontaktdaten zu gelangen oder er kauft sich den direkten Kontakt über MyHammer. Kann der Auftraggeber kostenlos im Branchenbuch nach Dienstleistern suchen, müssen die Auftragnehmer für die Anmeldung und das Einrichten ihres Profils Gebühren zahlen, ohne dadurch die Gewissheit zu haben, definitiv einen Auftrag zu erhalten.

⁵ Hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass die Aussagen und Erfahrungen der verschiedenen Diskursteilnehmer – in diesem Falle das Unternehmen MyHammer und die interviewten Soloselbstständigen, die bei MyHammer registriert sind – analytisch als Deutungsmuster betrachtet werden, die auf „alltagsweltliche(n) Wissensbestände(n)“ (Lüders/ Meuser 1997: 67) basieren. Diskurs wird im Sinne Foucaults verstanden als ein begrenztes Ensemble von geschichts-kontextuell abhängigen Aussagen, für die ein Ensemble von jeweiligen Existenzbedingungen definiert werden kann (Foucault 1973: 382).

Bewertungen als Struktur und Anerkennungsprinzipien

Bei der unsicheren Suche nach Kunden dienen den Soloselbstständigen vor allem die auf ihren Profilen abgegebenen Bewertungen über ausgeführte Tätigkeiten als Werbung und Information für potenzielle Auftraggeber. Das Erringen guter Bewertungen rückt für die Auftragnehmer in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeiten, da von ihrem positiven Auftreten potenzielle Folgeaufträge, ergo die finanzielle Existenz abhängen. Alle Interviewten betonen die Wichtigkeit guter Bewertungen und richten ihr Auftreten danach instrumentell aus. Bewertungen, so lässt sich aus den analysierten Interviews herauslesen, übernehmen eine strukturierende und in den meisten Fällen disziplinierende Funktion für die handwerklichen Dienstleister bei MyHammer. Der Verkauf der eigenen Ware Arbeitskraft als zu bewertendes, verdinglichtes Produkt wird in Analogie zu großen Online-, Auktions- und Verkaufsportalen gesehen und die Eigendarstellung danach ausgerichtet. Hierbei erscheint die Eigendarstellung über das unsichere System der Bewertungen als einziges Mittel, ihre Chancen auf Kundenaufträge zu erhöhen.

Zum Druck gesellt sich die Angst vor einer negativen Bewertung, die zwar kommentiert werden kann, das öffentliche Profil und die damit verbundene Selbstdarstellung aber für den potenziellen Kunden in ein negatives Bild rückt. Dies führt die Auftragnehmer zu weiterem unentgeltlichen Entgegenkommen gegenüber dem Kunden wie z.B. Nachbesserungen auf eigene Rechnung oder persönliches Vorstellen zur gegenseitigen Absprache. Im Modus des ‚vorausseilenden Gehorsams‘ gegenüber den Kunden begeben sich die Auftragnehmer in eine Abhängigkeit, die weit über das reine Erbringen der vereinbarten Leistung hinausgeht, dabei aber als Regel zum Mitspielen am Markt und dem Bestehen neben den Konkurrenten als vernünftig und unabwendbar erscheint, wie ein Interviewter konstatiert:

„Sobald du schlechte Bewertungen hast, hast du schlechte Karten. Die Leute gucken wirklich drauf. Die gucken sich die letzten Bewertungen an, wie die Leute beschrieben sind, ob sie sauber gearbeitet haben, die Qualität stimmt, ob sie zuverlässig und ob sie preiswert waren. Das steht alles drin. Aber du steckst da nicht drin, du weißt nicht, warum die Leute dich plötzlich schlecht bewerten, warum sie so einen Quatsch schreiben. Es ist doch kein Problem, mich anzurufen und zu sagen, was eventuell schief gelaufen ist. Aber einfach so Kritik rauszuhauen, das ist vielleicht kein Rufmord, aber es ist 'ne Wertung, die andere Leute lesen! Ich sag den Kunden immer, wenn etwas sein sollte, wenn sie nach der Abnahme nicht ganz zufrieden sind und wenn noch etwas zu tun ist: lieber anrufen als direkt öffentlich abzuwerten. Wenn irgendwas dreckig sein sollte, oder wenn die Farbe nicht gedeckt hat, dann komm ich da gerne nochmal hingefahren, ist doch kein Thema, dann arbeite ich nochmal nach. Aber so ne negative Bewertung, die kann dir das Genick brechen“ (Herr Esau).⁶

⁶ Alle Interviewten betonen ihre Unsicherheit und Kontingenzerfahrungen mit dem Bewertungssystem bei MyHammer. Dem Risiko einer schlechten Bewertung kann nicht entgangen werden, es kann höchstens versucht werden, das Risiko eigenverantwortlich zu mildern. Somit ist Sergio Bologna zuzustimmen, wenn er schreibt: „Der Begriff ‚Risiko‘ ist der Mentalität der unabhängigen Arbeit eingeschrieben, weshalb die Leistung immer auch einen Werbeaspekt enthält, über den die unabhängig Arbeitenden entweder die Fortsetzung des geschäftlichen Verhältnisses zum Auftraggeber oder die Erschließung neuer Geschäftsbeziehungen zu gewährleisten versuchen. Die Angst vor einem Mangel an Aufträgen führt dazu, dass die unabhängig Arbeitenden völlig der Marktnachfrage ausgeliefert sind. Einer der Gründe für die Intensivierung der Arbeit ist die praktische Unmöglichkeit, das Angebot auf der Basis der zur Verfügung stehenden Ressourcen zu messen. Das Angebot muss einen bei-

Kundenbewertungen sind nach den Beschreibungen der Abläufe und subjektiven Einschätzungen das verhaltensstrukturierende Moment bei MyHammer. Die Auftragnehmer können der Disziplinarfunktion der Bewertungen nicht entgehen, da sie das entscheidende Prinzip der Auftragsvergabe im Sinne einer virtuellen Visitenkarte sind. Auffallend bei der Analyse der Interviews ist die Inkorporation der Marktprinzipien der Soloselbstständigen, die sich in einer genauen Vorstellung der Kundenwünsche und einem entsprechenden instrumentellen Verhalten im Sinne dieser Wünsche äußert. Autonomie der selbstständigen Arbeit und Auftragsakquise schlägt in ihr Gegenteil, eine radikale Markt- und Kundenabhängigkeit um. Das Einfordern subjektiver Vorstellungen und Bedürfnisse in der Arbeit und in der sozialen Beziehung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer wird durch die einseitige Verschiebung zur Kundenseite zu einer zu vernachlässigenden Handlungsoption. Herrschaft und Kontrolle über den Arbeitsprozess und in der Anbahnung und Abwicklung von Aufträgen verschwinden in dieser Form selbstständiger Dienstleistungsarbeit aber nicht, sondern verlaufen auf einer spezifischen, indirekten Ebene: Unmittelbar vermittelt über die Kunde-Auftragnehmer-Beziehung.

Erfolg auf diesem Internet-Markt ist geknüpft an Eigenverantwortung und unentgeltliche Aktivitäten außerhalb der virtuellen Plattform, die weit über das eigentliche Arbeitspensum hinausgehen und die Grenzen zwischen Arbeits- und Lebensalltag weiter verwischen.

Unterbietungswettbewerb und Konkurrenzdruck

Neben dem Kampf um positive Bewertungen ist ein weiterer Kampf zu beobachten: Der Kampf um die Preise. Da seit 2010 die Angebotspreise nur noch den Auftraggebern ersichtlich sind, müssen die Auftragnehmer eigene Preisberechnungen anstellen und anfallende Kosten für Material, Anfahrten etc. in ihre Preisvorstellungen einbeziehen. Aus der unmittelbaren Konkurrenzsituation durch den direkten Vergleich mit anderen Auftragnehmern ist eine indirekte Konkurrenz geschaffen worden, die über den Angebotsmarkt diktiert wird. Die Unsicherheit über die vermeintlich niedrigeren Preise der mitbietenden Konkurrenz erweist sich dabei als neues Ordnungs- und Strukturierungsprinzip.

Aus den Interviews wird ersichtlich, dass niedrige Preise und der Druck der niedrigen Preise der Konkurrenz dabei die Orientierungsgrößen sind, nach denen sich gerichtet wird. Auffällig ist, dass sich die Preisberechnungen daran orientieren, dass dem Auftraggeber ein billigeres Gegenangebot gemacht wird, um die Chancen auf den Angebotszuschlag zu erhöhen. Wo die Untergrenzen der Preise der Auftragnehmer liegen, ist subjektiv verschieden und hängt sowohl von den anfallenden Fixkosten, als auch von den Vorstellungen über Stundenlöhne oder Tagessätze ab. Dass diese extrem niedrig ausfallen können, zeigt beispielhaft die Beschreibung der Preisberechnungen von Herrn Helmudsen:

nahe unbegrenzten Grad an Elastizität aufweisen. Ein nicht angenommener Auftrag kommt dem Verlust eines Kunden gleich“ (Bologna 2006: 38).

„MyHammer macht eigentlich die normalen Firmen kaputt, das ist richtig. Weil du bist, äh, das ist ja bloß ein Untergebiet, Untergebiet. Das ist nicht wie Ebay, wo du höher bieten tust, sondern bei MyHammer bietest du unter. Also der Auftraggeber sagt ich möchte ne 4 Raum Wohnung für 500 Euro gemacht haben. So und du, da du den Auftrag haben willst, weißt die anderen bieten dann immer drunter und du dann auch. Da hat wer ne Vorstellung von 500 Euro und dann kann ich mich eben fragen, wie kann ich das streichen? Ich brauch so und so viel Material, so und so viel Tage und sagen wir mal Tagessatz, ähh, 70 Euro am Tag müssten rumkommen. Ob du dann nun 10 Stunden gearbeitet hast oder bloß 8 oder 7, 70 am Tag müssten rumkommen. Du rechnest dein Material ab, deinen Anfahrtsweg, die 2 Tage die du brauchst und dann sagst: Wenn der 500 Euro bietet und du schaffst das vielleicht in 2 Tagen. Sind dann 140 Euro die du verdienst, die du verdienen willst. Dann hast 140 Euro Materialausgaben, das sind 280 Euro plus Anfahrtsweg. Dann kannst du sagen ok, statt 500 Euro bietest du 320. 320 kommst du noch hin mit dem Preis, ok, das ist aber dann das Maximum. Kannst du natürlich auch reinfallen, kommst du hin und es ist alles noch bunt und du musst zweimal streichen“ (Herr Helmudsen).

Hier zeigt sich ein weiterer Unsicherheitsfaktor für die Auftragnehmer: Wenn die Angebotsbeschreibungen ungenau sind, und keine weiteren Absprachen (über kostenpflichtige Kontaktherstellung bei MyHammer) getroffen wurden, können mehr Arbeiten anfallen, als in die niedrige Preisberechnung eingegangen sind. Z.B. mehr Materialkosten und Arbeitszeit durch das mehrmalige Streichen farbiger Wände. Wurde der Preis schon niedrig angesetzt, um den Auftrag zu erhalten, arbeiten die Soloselbstständigen bei unvorhergesehener Kostensteigerung nur noch für Materialkosten oder Stundenlöhne von drei bis vier Euro. Vor dem Hintergrund der oftmals ökonomischen Zwangslagen und prekären Lebenslagen gehen die Auftragnehmer auf Preisvorstellungen weit unter ihren eigenen Ansprüchen und Berechnungen ein, da ein schlechter Auftrag, bei dem aber evtl. eine gute Bewertung und Weiterempfehlung zu erwarten sind, in ihren Augen besser als kein Auftrag ist. Somit hat der Untertreibungswettbewerb nicht aufgehört oder konnte – wie von MyHammer formuliert – in Gänze eingedämmt werden, sondern nimmt eine verschleierte Form an: Er wurde auf die Eigenverantwortung und unsichere Kalkulation der Auftragnehmer übertragen. Soloselbstständige, die ihre handwerklichen Dienstleistungen bei MyHammer anbieten, machen – wird den Aussagen in den Interviews Glauben geschenkt – in Bereichen, wie den hier beschriebenen, sehr ähnliche Erfahrungen. Dass das Erlebte, z.B. die Arbeitsbedingungen, die Preisbildung, die Konkurrenzverhältnisse und Bewertungen, annähernd gleich subjektiv erfahren und bewertet wird, weist auf objektive Bedingungen hin, denen sich die Akteure bei MyHammer ausgeliefert sehen. Diese erkennen sie aus einer marktlogischen Sicht an und müssen deren Regeln verinnerlichen und befolgen. Alle Interviewten eint die Antwort auf die Frage, warum bei diesem Spiel der niedrigen Preise überhaupt mitgespielt wird: Weil ihnen aufgrund ihrer ökonomischen Situation nichts anderes übrig bleibt, wollen sie nicht in die Erwerbslosigkeit zurückfallen.

Marktabhängigkeit als Strukturelement der Dienstleistung

Hintergrund und prägende Strukturkategorien dieser Form des Dienstleistungs-Angebots, die objektiv auf die Arbeits- und Lebenswelt der Interviewten einwirken, sind somit eine *radikale Abhängigkeit von der marktvermittelten Auftragslage* und daraus folgend *eine instrumentelle Kundenorientierung*. Sie erscheint den handwerk-

lichen Dienstleistern als einzig probates Mittel, die Unwägbarkeiten und Unsicherheiten zu kontrollieren und zu strukturieren. Um am Markt mitspielen und bestehen zu können, werden dessen Gesetze und Regeln nicht in Frage gestellt, die Konkurrenzsituation scheint inkorporiert und als Grundlage des eigenen Auftretens antizipiert zu werden. Eine Erklärung für diese Realität, in der sich nicht nur die Soloselbstständigen befinden, gibt der über 50 jährige und älteste Interviewte Herr Rost:

„Und jetzt kommen im Prinzip wir und streichen eine Wohnung für 400 Euro. Normalerweise müssten wir zum Teufel gejagt werden, wir machen doch völlig die Preise kaputt, so ist es doch, sind wir doch mal ehrlich. Aber wir wollen es doch alle so. Sie könnten ja auch in eine Autowerkstatt von Mercedes, Peugeot oder Ford gehen und ihr Auto reparieren lassen. Aber sie gehen in eine freie Werkstatt, das ist billiger. So ist das heutzutage im Handwerk. Der Kunde will immer den günstigsten Preis und den bekommt er auf jeden Fall im Internet. Im Internet brauchst du nicht zu diskutieren, da machst du einfach 'nen Preis und wartest, ob es klappt oder nicht. Fast immer klappt es“ (Herr Rost).

So findet sich eine Erklärung für die Abwärtsspirale der Preise auf den Internetportalen für handwerkliche Dienstleistungen, deren Vorreiter MyHammer ist: Die Auftraggeber setzen die Preise schon niedrig an und können sogar davon ausgehen, dass die Auftragnehmer, wollen sie ihre Chance auf den Auftrag erhöhen, ihrerseits noch weniger für ihre Arbeitskraft verlangen. Denn sie gehen von noch niedrigeren Preisen der Konkurrenz aus.

Der Abschluss von Aufträgen ist die Konstante, durch die eine zumindest kurzfristige Kontrolle des Arbeitsalltags erreicht werden kann. Dass dabei die Sicherheit der Lebensplanung zu einer abhängigen Variable des Markterfolges und des individuellen Umgangs mit den Kontingenzen des Marktes wird, lassen die Soloselbstständigen außer Acht.

Eigenverantwortliches Agieren am Markt und eine zweckrationale „unternehmerische“ Lebensführung bestimmen somit das Erwerbsleben und darüber hinaus den Alltag der handwerklichen Dienstleister. Was Günter G. Voß und Hans J. Pongratz im Vorlauf ihrer Arbeitskraftunternehmer-These schon Ende der 1990er Jahre für betriebliche Managementkonzepte konstatierten, gilt 15 Jahre später erst recht für die in dieser Arbeit untersuchte Gruppe der Soloselbstständigen: Die Selbstorganisation von Arbeit und Leben wird von den Auftraggebern vorausgesetzt und von den Handwerkern auch gewünscht, äußert sich aber als extreme Fremdorganisation, in deren Rahmen der Markt die Fäden in der Hand behält, bzw. sie ihm ohne Gegenwehr übertragen werden (Pongratz/ Voß 1997).

„Vermarktlichung“ (Sauer/ Döhl 1997) entfaltet in den Darstellungen der Soloselbstständigen somit ihre volle Schlagkraft. In diesem Feld zeigt sich deutlich, welche Wirkungskraft die zunehmende „Verschiebung der Marktgrenzen“ (Brinkmann 2011) entfalten kann und wie weit sie in die Arbeitsorganisation und das Privatleben der Subjekte hineinzureichen vermag.

Denn um die vagen Chancen auf das Marktbestehen qua Aufträge zu erhöhen und das unberechenbare Bewertungssystem bei MyHammer positiv zu beeinflussen, haben ausnahmslos alle Interviewten eine Strategie, die auf eine aus der Marktab-

hängigkeit entsprungene, verselbstständigte latente Sinnstruktur hinweist: eine instrumentelle Kundenorientierung.

3.2 Kundenorientierung und Persönlichkeit

Vor allem die Vorstellung bzw. das Bild des persönlichen Kontakts und das Auftreten als eine Persönlichkeit, die den Funken zwischen Kunden und Soloselbstständigen zum Überspringen bringt, zeigen sich als überindividuelle Strukturkategorien, die dem Handeln und Auftreten eine strikte Verhaltensanweisung geben und als Teil des Arbeitsinhalts angesehen werden.⁷

Festzuhalten ist, dass nicht der Kundenkontakt und die Kundenorientierung zur Begrenzung des Marktrisikos an sich das Besondere sind, denn diese sind schlechterdings in allen Bereichen marktvermittelter personenbezogener Dienstleistungen Grundlage für Organisation und Ablauf der Dienstleistungsarbeit, sondern wie sie gestaltet werden. Für die Situation der Soloselbstständigen kann die Kundenorientierung als „neblige Mischung von Professionalität, Vermarktlichung und Beziehungsfähigkeit“ (Holtgrewe/ Voswinkel 2002: 103) charakterisiert werden, wobei vor allem die Beziehungsfähigkeit unter Bedingungen umfassender Vermarktlichung hervorzuheben ist. Beziehungsfähigkeit drückt sich in den Vorstellungen der Soloselbstständigen durch das Auftreten als vertrauenerweckende Persönlichkeit mit Ausstrahlung aus. Mit dem ständigen Anspruch an sich selbst, dieses Auftreten so professionell wie möglich zu gestalten. Dazu äußert sich Herr Dohse wie folgt:

„(...) Ich hab immer das Gefühl man muss persönlich irgendwo auftreten. Ich habe noch keinen Auftrag gewonnen, wo ich nicht persönlich dort war. Ich denk mal ich muss die Leute vor Ort überzeugen, von deinem Auftreten und vielleicht deinem fachlichen Wissen und alles. Wenn ich das jetzt nur einfach im Internet abwickle, ist das einfach fahrlässig.“ (Herr Dohse)

Gerade im Kundenkontakt, in dem sich die Dienstleister als ganze Person einbringen sollen, kommt es unweigerlich zu einer Durchmischung von Rolle und Persönlichkeit (Staab 2014a) und dies vor allem im Feld der Soloselbstständigkeit. Dieses Feld offeriert keine Organisation im Hintergrund, auf die sich berufen werden kann und die eine Anleitung zur Interaktion mit dem Kunden bereitstellt.⁸ Charakteristisch für dieses Feld ist demnach das eigenverantwortliche Austarieren der Abhängigkeit von

⁷ Hier zeigt sich die spezifische Form der Anforderungen an die Persönlichkeitspotenziale der Soloselbstständigen vor dem Hintergrund drohender Negativbewertungen und Marktabhängigkeiten, die weit über die eigentliche Arbeitssituation hinausgeht. „Das Unternehmen wird maßgeblich über die Persönlichkeit vermarktet, Sympathie und Umgänglichkeit spielen eine wesentliche Rolle für den Absatz der Unternehmensidee. Gerade in der Anforderung der Darstellungskunst zeigt sich der hohe Grad der Subjektivierung der selbstständigen Arbeit. Dabei gehören nicht nur die Inszenierung und die offensive Anpreisung der eigenen Arbeitskraft zur Selbstvermarktung, sondern auch die Herstellung und Pflege von Kontakten, die zur Gewinnung von Aufträgen und zum Austausch von Informationen unabdingbar sind. (...) Subjektivierung von Arbeit meint in diesem Zusammenhang eine ‚Verlebensweltlichung von Arbeit‘, eine zunehmende Integration des Verwertungsimperativs ins Subjekt“ (Birenheide/ Legnaro 2008: 127).

⁸ Wird bei der Kundeninteraktionsarbeit als Teilgruppe der Dienstleistungsarbeiten von einer tryadischen Beziehung zwischen Kunden, Dienstleistern und Organisation (dem Unternehmen) ausgegangen, in der der Dienstleister eine vermittelnde Grenzstellenfunktion einnimmt (Voswinkel 2005a: 100 ff.), finden sich die soloselbstständigen Dienstleister in einer dualen Beziehung mit dem Kunden wieder. Diese Besonderheit der Dienstleistungsbeziehung erfordert eine erhöhte Bereitschaft zur Verausgabung persönlicher Merkmale, denn es fehlt das organisationale „Back up“ der Organisation im Hintergrund. Anders ausgedrückt: Die Soloselbstständigen sind Organisation und Dienstleister in Personalunion.

über den unbestimmten Markt vermittelten Aufträgen und der gebrauchswertorientierten Interaktion mit den Kunden. Dabei sind die soloselbstständigen Dienstleister in besonderem Maße mit der subjektiven Aushandlung selbstständiger Arbeitsorganisation und Leistungsregulierung konfrontiert, Subjektivierung von Arbeit äußert sich demnach im Zwang zur selbstorganisierten Rationalisierung. So erklärt auch der interviewte Herr Stern den Zusammenhang von persönlichem Auftreten und niedrigen Preisen, die zur Zufriedenstellung der Kunden führen:

„Du kannst keine schlechte Arbeit abliefern, das ist richtig, das ist richtig. Erstmal sicherlich dein Auftreten. Dein erstes Auftreten wenn du da rein kommst und alles. Wenn du da gleich schlecht auftrittst oder kommst zu spät oder wie auch immer, dann haste gleich erstmal schlechte Karten, das ist richtig. So und dann musste eben sehen, dass du da die Qualität ablieferst und dann zu dem gewünschten Preis“ (Herr Stern).

Die hier vorherrschende Form der Kundenorientierung kann als Form „subjektiver Dienstleistungsarbeit“ (Voß 2006: 225) aufgefasst werden, eine individuelle relationale Arbeit, die zusätzlich erledigt werden muss, um die eigentliche fachlich-gegenstandsbezogene Arbeit ausführen zu können. Vor dem Hintergrund ergebnisorientierter Werkverträge und Arbeitsinhalte werden die Zielvereinbarungen mit den Kunden so zu ständig neu auszuhandelnden Marktverträgen. Dazu bedarf es für die Soloselbstständigen an erhöhtem sozialem Know-How und sozialer Vorarbeitsleistungen als Bedingungen für weiteres Vorgehen am Markt. Arbeit am eigenen Emotionshaushalt und individuellen Soft Skills wird zur zwanghaften Anforderung an die Personen. Subjektivität und ‚Persönlichkeit‘ nehmen somit einen großen Anteil am Verkaufsprodukt Arbeitskraft ein. Allerdings nicht im Sinne „normativer Subjektivierung“ von Arbeit, dem Anspruch an das Einbringen persönlicher, unentfremdeter Anteile in den Arbeitsprozess, wie er seit Martin Baethge Anfang der 1990er Jahre diskutiert wird. Subjektivität äußert sich im Falle des Marktverhaltens der Soloselbstständigen vielmehr als ein einzusetzendes Mittel, um den Passcharakter einer in Gänze marktadäquaten Person zu vervollständigen. Immer wieder wird in den Interviews betont, dass die Selbstständigkeit gewählt wurde, um den eigenen Autonomieansprüchen gerecht zu werden und „sein eigener Herr“ zu sein. In der instrumentellen Kundenorientierung zur Minimierung des Marktrisikos vor dem Hintergrund ökonomischer Zwangslagen ist die Person des ‚Kunden‘ aber längst zum neuen ‚Chef‘ geworden, der Verhalten und Arbeitsinhalt diktiert. Autonomieansprüche und Ideale der Selbstverwirklichung in der Arbeit werden in ihr Gegenteil verkehrt, die Kundenzufriedenheit gilt als finales Qualitätskriterium.

Abhängigkeitsverhältnisse von den Kunden werden dabei entweder ganz verdrängt, oder durch Betonung der Möglichkeit von Autonomie kompensiert.

Subjektivierung von Arbeit lässt sich im Bereich der soloselbstständigen Handwerker wie auch in anderen Arbeitsfeldern am Bedeutungsgewinn verhaltens-, potential- und persönlichkeitsbezogener Merkmale ablesen. Zu erlernende Kompetenzen sind hierbei vor allem soziale und kommunikative Fähigkeiten, Eigeninitiative, Kreativität und der Wille, eigene Impulse und Vorstellungen für den Kunden zu unterdrücken. Dies zeigt sich in der Aussage des interviewten Herr Grape, der dabei von einer Reziprozität der Kundenorientierung ausgeht:

„Es ist wirklich so: Wie du in den Wald hineinrufst, kommt es zurück. Ist meine Erfahrung, die ich jetzt in den letzten 18 Jahren gemacht habe. Es hat sich immer revanchiert. Es war immer so: Je nachdem wie ich mich benommen hab, so kam es meistens auch zurück. Die letzten 5 Jahre ist es nun wirklich so, dass ich zu meinen Kunden gut bin und bekomme das Gute zurück“ (Herr Grape).

Weil das erwartete Verhalten nur im Groben vorausgeplant werden kann und schnelles Reagieren auf den Kunden möglich sein muss, lassen sich diese Leistungsaspekte nicht messen, sondern nur ex post beurteilen (Bahnmüller 2002). Genau dies lässt sich am Bewertungssystem von MyHammer exemplifizieren, in dem neben der Qualität der Arbeit vor allem persönliche Eigenschaften und Verhaltenspotenziale bewertet werden und dadurch zusätzlicher Druck auf die Soloselbstständigen ausgeübt wird, den Kunden gegenüber das ‚richtige‘ Verhalten zu zeigen. Nicht Kapital und Arbeit stehen sich wie bei der Subjektivierung von Arbeit innerhalb von Unternehmen gegenüber, das ‚Kapital‘ zeigt sich in Form des Marktes, dem sich die Akteure qua Subjektivierung und Persönlichkeit anpassen müssen.

4 Schlussfolgerungen

4.1 Soloselbstständigkeit als Beispiel für die Herausbildung eines neuen Internet – Dienstleister – Tagelöhnertums

In Bezug auf die Zahlen zum Anstieg der Soloselbstständigkeit in Deutschland vor dem Hintergrund der Hartz-IV Reformen in der ersten Hälfte der 2000er Jahre und vermehrte Gründungen von Ein-Personen-Unternehmen aus der Arbeitslosigkeit heraus⁹ kann mit Bögenhold und Staber das Aufkommen von Soloselbstständigkeit gerade im Niedriglohnbereich als ein Symptom defizitärer Arbeitsmarktentwicklungen und das Resultat anhaltender Beschäftigungskrisen gesehen werden (1990). Auf Viele der Soloselbstständigen im Baugewerbe passt in Hinsicht auf ihre prekäre Erwerbs- und Lebenslage der Begriff der „proletaroiden Selbstständigen“ wie ihn Theodor Geiger schon in den 1930er Jahren entwarf (Geiger 1987: 31), auch können sie als die Beschäftigtengruppe angesehen werden, die Friederike Bahl und Philipp Staab in ihren aktuellen Studien als „Dienstleistungsproletariat“ begrifflich umreißen (Bahl 2014; Staab 2014b). Die Personalunion des Arbeitgebers und Arbeitnehmers in einem ‚Ein-Personen-Unternehmen‘, in der nicht nur die Arbeitskraft verkauft wird, sondern auch die Person als „Arbeitskraftbehälter“ im Marx’schen Sinne zur Disposition steht, kann somit auf das 21. Jahrhundert und auf das hier untersuchte Feld der Soloselbstständigen übertragen als „prekäres Unternehmertum“ begriffen werden. Bei der hier angesprochenen Form des Unternehmertums aus Not, lassen sich die Prekaritätserfahrungen nicht als Übergangsphänomen in der Gründungsphase hin zum unternehmerischen Erfolg begreifen. Prekarität bezeichnet vielmehr den dauerhaften Normalzustand. Dabei wird die Bewältigung der prekären Erwerbsbedingungen und davon abhängig die Ausgestaltung des Lebensalltags zur zentralen Herausforderung der unternehmerischen Existenz (Bühmann/Pongratz 2010). Kann bei anderen Arten selbstständiger Arbeit von einem ‚Normalunternehmertum‘ ausge-

⁹ Für eine weitere nähere Betrachtung von Arbeitslosigkeit als Push-Faktor zur Selbstständigkeit siehe (Bazant 2009).

gangen werden, bei dem neben der Berufsausbildung ein angemessenes ökonomisches Kapital, profunde unternehmerische Fachkenntnisse, Generierung eines Unternehmenswachstums, Schaffung von Arbeitsplätzen und ein gesichertes Einkommen die Grundlage und Effekte der Erwerbstätigkeit sind (Bühmann 2012), zeichnet sich ein prekäres Unternehmertum durch das Fehlen dieser Voraussetzungen und positiver Effekte aus. Die soloselbstständigen Handwerker gründen oftmals aus fehlenden Alternativen, ohne betriebswirtschaftliches Experten- und Planungswissen, kaum ökonomischem und kulturellem Kapital möglichst risikominimierend in schon bestehende Märkte und Konkurrenzkonstellationen hinein. Sie versuchen unternehmerisch Fuß zu fassen, verharren aber in den meisten Fällen in dieser prekären Beschäftigungssituation. Der von staatlicher Seite formulierte ‚Klebeeffekt‘, das Integrieren in sichere Arbeitsverhältnisse über den Einstieg einer anfangs geförderten risikobehafteten Soloselbstständigkeit erweist sich als ein negativer: Es wird sich in prekären Arbeitsverhältnissen unter radikaler Marktabhängigkeit eingerichtet. Das untersuchte Feld kann als aktuelles empirisches Beispiel für eine „Stabilisierung der Instabilität“ (Brinkmann et al. 2006: 62; Castel 2008: 357) dienen, die für den gesamten Lebenszusammenhang zu beschreiben ist. Die prekäre Arbeits- und Lebenssituation werden als dauerhafter, dennoch situativer Normalzustand wahrgenommen und nicht mehr in Frage gestellt. Ökonomische Zwänge, erhöhte Prekarisierungs- und Ausgrenzungsrisiken, unternehmerisches Handeln ohne konkrete Vorstellungen und Kenntnisse des Agierens am Markt, Unsicherheiten und erschwerter eigenmächtiger Umgang mit den Kontingenzen des Erwerbs- und Lebensalltags zeichnen das Bild des hier vorliegenden Typus prekärer Arbeitskraft. In der Selbstbetrachtung und auch in der Fremdzuschreibung als moderne Dienstleister im virtuellen Raum ähneln die Soloselbstständigen in ihrem prekären Unternehmertum viel eher modernen Tagelöhnern. Sie sind wie in den Anfangszeiten kapitalistischer Vergesellschaftung gezwungen, täglich ihre Ware Arbeitskraft anzubieten und zum Niedriglohn zu verkaufen, ohne dabei auf soziale und arbeitsrechtliche Schutzmechanismen rekurrieren zu können (Engels 1972; Castel 2008) – im Gegensatz zum innovativ-dynamischen Gründerpionier, wie er von Adam Smith, über Werner Sombart bis zu Joseph Schumpeter und aktuellen Gründungsinitiativen vorgestellt wird.¹⁰ Soloselbstständigkeit zeigt sich vielmehr als Restkategorie, da alle anderen Alternativen in Form einer Beschäftigung oder Anstellung nicht erreichbar sind und Arbeitslosigkeit für die Akteure als inakzeptabel angesehen wird. Von einer Perzeption, Akzeptanz und Identifikation mit der Berufsrolle ‚Unternehmer‘ ist wenig bis nichts zu erkennen, die modernen Tagelöhner sind selbstständig, weil für ihre Tätigkeit und die Integration in den Arbeitsmarkt Selbstständigkeit erforderlich ist (Wenny 1999). Folglich kann für diesen Bereich selbstständiger Arbeit auch von einer „Ökonomie der Not“ und nicht von einer „Ökonomie der Selbstverwirklichung“ ausgegangen werden. Selbstverwirklichung spielt in der Ökonomie der Not wenn überhaupt eine hintergründige Rolle, viel eher folgt der Schritt in die Soloselbstständigkeit einer „Rationalität der fehlenden Alternative“ (Struck 1999: 179) und verweist somit auf ein Arbeitsmarktphänomen, auf das schon Wilhelm Wernet in seiner frühen Studie über Handwerker und Hand-

¹⁰ Für einen Überblick über die verschiedenen historischen Bilder des ‚Unternehmers‘ siehe (Wenny 1999).

werkspolitik 1952 stieß und als „Flucht in die Selbstständigkeit“ betitelte (Wernet 1952: 276). Arbeitslosigkeit ist dabei, damals wie heute, der bedeutendste Push-Faktor. Rund 40 Prozent aller Gründer geben in Deutschland fehlende Erwerbsalternativen als Hauptmotiv für den Schritt in die Selbstständigkeit an, bei den Gründern aus der Arbeitslosigkeit heraus liegt der Anteil noch höher, zwei Drittel starten eine Gründung primär aus Alternativlosigkeit (KfW 2010). Besonders bei den staatlich geförderten Existenzgründern und hier vor allem bei Gründern von sogenannten „Ich-AGs“ können als Hauptbeweggründe die Logik der Ökonomie der Not und die Beendigung bzw. Vermeidung der Arbeitslosigkeit genannt werden: Für vier von fünf Teilnehmern genannter Fördermaßnahmen trifft dieses Gründungsmotiv zu. Dass der Dienstleistungssektor das hauptsächliche Feld für Neugründungen aus der Not ist, liegt dabei insofern nahe, als sich hier doch in vielen kleingewerblichen Nischen die Option bietet, ohne besondere Qualifikationen und Startkapital mit Hilfe eines Zuschusses, eine neue, wie auch immer geartete unternehmerische Existenz zu beginnen. Prekarisierung von Arbeit und die Unsicherheit prekärer Lebenslagen erscheinen als naturhaft gegeben und als zugewiesener Platz in der Gesellschaftshierarchie.

4.2 Soloselbstständigkeit als Traditionalisierung in der Erneuerung

In dieser Form selbstständiger Arbeit spiegelt sich deutlich ein Phänomen wider, das als *Traditionalisierung in der Erneuerung* begrifflich umrissen werden kann. Soloselbstständige Dienstleistungen werden zunehmend im Internet angeboten und von der Kundensuche bis zur Bewertung auch im virtuellen Raum abgewickelt, wobei sich die fortschreitende Digitalisierung und internetbasierte Tertiarisierung als Grundlage der Vermittlung von Erwerbsarbeit zunutze gemacht wird. Gleichzeitig sind sowohl die auszuführende Dienstleistungsarbeit als auch die Person einer groben (alten) Form der Re-Kommodifizierung ausgesetzt: In wenigen anderen Bereichen atypischer Beschäftigung zeigt sich Marktabhängigkeit und Warenförmigkeit von Arbeitskraft so umfassend und deutlich, wie in dieser hyperindividualisierten Form handwerklicher Arbeit. Sie wird mit Selbstverwirklichung ummantelt, die arbeitenden Personen bleiben aber machtlose Kleinakteure. Vor dem Hintergrund prekärer Lebenslagen und extremer Unsicherheit der Lebensplanung, dem ‚Durchwursteln‘ von Auftrag zu Auftrag scheint in der Soloselbstständigkeit auf Dienstleistungsportalen eine neue Form der *Subsistenzwirtschaft im entwickelten Kapitalismus* durch, die – so scheint es – im Wachsen begriffen ist. Im Unterschied zur Subsistenzwirtschaft wie sie Karl Marx in seiner Analyse der ursprünglichen Akkumulation formuliert, steht bei der hier vorfindbaren modernen Form der Tauschwert der Arbeitskraft in der Person der Soloselbstständigen auf dem Markt vor dem Gebrauchswert der auszuführenden Arbeit (Marx 1973). Kontrolle und Herrschaft über die Arbeit und Kontrolle über das eigene Arbeitsvermögen gehen eine ganz eigene, dialektische Erscheinungsform im Spannungsfeld zwischen Kunden und Soloselbstständigen ein. Das hier exemplifizierte Beschäftigtenfeld kann als spätes empirisches Beispiel dafür gesehen werden, wie sich die in der Arbeits- und Industriesoziologie viel diskutierte Vorzeichen kapitalistischer Vergesellschaftung qua Erwerbsarbeit im Zuge fortschrei-

tender Tertiärisierung wandeln und über die zwanghafte Option der Selbstverwirklichung vermittelt werden, die Verwertungslogik aber dieselbe bleibt.

4.3 Neue Anforderungen an die Subjektivität der Soloselbstständigen

Werden in der Forschung zu Dienstleistungsformen in den meisten Fällen Dienstleistungen in Betrieben und Organisationen betrachtet, in denen der ‚Markt‘ über Kennziffern, Accounting, Vorgaben der Kundenorientierung und individuelle Leistungsvorgaben in die Organisation hineinreicht und fokussiert sich die Forschung auch auf diesen Sachverhalt, erscheint die duale Beziehung zwischen Kunde und Soloselbstständigen wie ein Relikt frühkapitalistischer Organisation, das aber neben den Hauptformen von Dienstleistungsarbeit und durch die Verbreitung des Internets eine neue Größenordnung angenommen hat. Demnach bedarf es auch einer Abgrenzung zu anderen Formen der Dienstleistungsarbeit, denn im Falle der Soloselbstständigen kann nicht nur von einer Vermarktlichung ausgegangen werden, die nach und nach in die Organisation hineinwandert, sondern der Markt selbst ist die Struktur und der Rahmen, in der Dienstleistungsarbeit unmittelbar ausgehandelt wird. Im Gegensatz zum vermarktlichten Unternehmen stehen sich in der vorliegenden Konstellation die Beschäftigten und der Markt real und ohne Ausweichmöglichkeit gegenüber. Dabei ist davon auszugehen, dass sich Macht, Kontrolle und Abhängigkeiten in besonderer Form darstellen.

Gilt es im Betrieb, der Simultaneität von Standardisierung zur Stückkostensenkung und der Maßschneiderung durch Kundenwünsche zur Verteidigung von Marktanteilen gerecht zu werden, fällt diese doppelte Konkurrenzsituation in der „einfachen“ Zweierbeziehung weg. Dafür sind die Soloselbstständigen der Konkurrenz um Aufträge mit anderen Soloselbstständigen – der ‚Außenwelt‘ – direkt ausgesetzt und müssen ihre Arbeitsorganisation – die ‚Innenwelt‘ als Person und Organisation – nach eigenem Gutdünken und Ressourcenhaushalt ausbalancieren. Das vereinbarte Arbeitsergebnis nach Gebrauchswertvorstellung des Kunden steht im Mittelpunkt, diese Serviceleistung muss sichergestellt werden. Auf welchem Wege und unter welchen Bedingungen, das ist auf die Verantwortung und die Auseinandersetzung des Soloselbstständigen mit sich selbst, seinen Berechnungen, seiner Kundenbeziehung, seinen physischen Möglichkeiten und zeitökonomischen Erwägungen in Form einer oftmals auch widersprüchlichen Verhaltensanforderung übertragen. Im Falle der Kundenbewertungen wird diese nachträglich kontrolliert, was zu einer *Selbst-Kontrolle* während der Arbeit führt. Subjektivität wird somit auf spezifische Weise beansprucht: In der Form von internalisierter Kontrolle über den Arbeitsprozess nach Kundenvorstellungen, um einer eventuellen nachträglichen und öffentlichen Abwertung zu entgehen. Subjektivierung von Arbeit verläuft einseitig und negativ, das eigene Interesse nach Selbstbestimmung in der Arbeit und persönliche Vorstellungen einer „guten“ Dienstleistung müssen hinten angestellt werden, wenn der Kunde – von dessen Auftrag man ökonomisch abhängig ist – seine Vorstellungen äußert. Sind es im Betrieb zunehmend Kennziffern, ist es im Feld der Soloselbstständigen die oftmals finanziell- existenzielle ökonomische Not, die ebenjene zwingt, direkt auf dem Markt und nach den Regeln des Marktes (Konkurrenz und Kundenzufriedenheit) zu

agieren. Wird im Betrieb qua Marktsteuerung die Ungewissheit weg vom Management hin zu den Beschäftigten delegiert und die indirekte Steuerung als ein Mehr an Selbstbestimmung und Autonomie angepriesen, sind die Ermächtigungspotenziale subjektiver Arbeit in der dualen Beziehung auf dem Markt aufgrund der Machtasymmetrie zwischen Kunde und Soloselbstständigen wenig bis gar nicht vorhanden. Zumal das Aufgreifen der Ermächtigungspotenziale von den geistigen und physischen Möglichkeiten der Soloselbstständigen abhängig ist, die aber durch die Anforderungen des Arbeitsprozesses übermäßig in Anspruch genommen werden. Eigenverantwortung erhöht sich, der Arbeitsrahmen, in dem diese umgesetzt werden soll, wird aber immer enger und restriktiver.

Auf einer weiteren Ebene wird Subjektivität im Sinne von einzusetzender Persönlichkeit gefordert, die sich in einer spezifischen Form von Leistungsbereitschaft und im Kontakt mit den Kunden äußert. Erhöhte Leistungsbereitschaft wird einerseits vorausgesetzt, andererseits setzt die Zielvereinbarung das zu erreichende Ergebnis fest und schafft dadurch eine Art arbeitsorganisatorische „Black Box“: Nach Absprache mit dem Kunden und Festlegung des Ziels, liegt es am Dienstleister, seine Arbeitskraft so einzusetzen, dass am Ende das fertige Ergebnis nach Vorstellungen des Kunden steht. Zielvereinbarungen können dementsprechend mit der Anforderung an Selbstorganisation eng verzahnt korrespondieren.

Nicht mehr der Aufwand und auch nicht das stoffliche Ergebnis in einer bestimmten Zeiteinheit, wie es beim klassischen Akkord- oder Prämienlohn der Fall ist, gelten als anzuerkennende Leistung, sondern Leistung wird vom Ende der Prozesskette her definiert. Aus dieser Logik heraus ist Leistung das, was auf dem Markt als solche anerkannt und positiv bewertet wird, das marktbewertete Ergebnis des soloselbstständigen Arbeitsprozesses in Form der Kundenzufriedenheit (Bahnmüller 2002: 48-49).

Um die Chancen auf Kundenzufriedenheit zu erhöhen, zählt neben der zu erbringenden Leistung auch der persönliche Umgang mit den Kunden, eine spezifische Form der *Kundenorientierung*. Diese Kundenorientierung ist in Abhängigkeit zum Leistungsinhalt der Dienstleistung zu sehen und folgt einer für selbstständige handwerkliche Dienstleistungen typischen Interaktionsform des Bedienens (Pongratz 2005: 64ff.).

Dienstleistungen erscheinen hier als Produkt, das von Kundenseite her gekauft wird und dessen Ergebnis den Kunden zufriedenzustellen hat. Als kulturelle Grundlage lässt sich das Moment ideologischer Subjektivität ausmachen. Der Kunde geht davon aus, dass der Dienstleister genug unternehmerischen Geist gepaart mit handwerklicher Kompetenz besitzt, um den Auftrag bestmöglich auszuführen und erwartet dies auch. Die Dienstleister folgen den diskursiv vermittelten Leitbildern der Selbstorganisation und Eigenverantwortung und sind dennoch von den nachträglichen Bewertungen der Kunden abhängig.

Zufriedenheit stellt das letztendliche Qualitätskriterium dar, der Kunde sitzt – gerade vor dem Hintergrund der ökonomischen Zwänge im Niedriglohnbereich die zur Annahme von Aufträgen führen – am ‚längeren Hebel‘, wenn es um die Durchset-

zung seiner Interessen und Vorstellungen geht. Die Machtasymmetrie in diesem „Spannungsfeld von Inszenierungszwängen und Aushandlungsoptionen“ (Pongratz 2005: 78) drückt sich augenscheinlich zugunsten des Kunden aus und setzt die Dienstleister unter den Druck der Selbstrationalisierung zur ‚richtigen‘ ergebnisorientierten Ausführung des Auftrags. Somit sind die hier vorliegenden hochgradig subjektivierten und marktabhängigen Formen von Dienstleistungsarbeit auch nicht mit den Analysen zu „interaktiver Arbeit“ (Böhle 2011; Dunkel/Wehrich 2012) oder des „arbeitenden Kunden“ (Rieder/Voß 2005) zu fassen, verweisen sie doch auf eine eigentümliche Melange aus einer antiquiert anmutenden Form dienender Dienstleistungsarbeit, in der der Kunde ganz klassisch König ist¹¹ und eben kaum zur Mitarbeit geordert wird. Dies geschieht aber in einem wachsenden Segment innerhalb moderner, personenbezogener Dienstleistungsarbeit, die auf Selbstbestimmtheit und Unternehmergeist der Dienstleistenden rekurriert. Eine Melange, in der das Leitbild einer „Kooperation auf Augenhöhe“ (Hoffmann/Wehrich 2012: 104) höchstens in weiter Ferne aufblitzt. Koproduktion der Kunden (der Dienstleistungsnehmer) findet lediglich in der Auftragsvergabe, der Anbahnung im Internet und als leistungsbewertende Instanz statt. Die für interaktive Dienstleistungen konstatierten Abstimmungs- und Kooperationsprobleme rational und strategisch handelnder Akteure (Dunkel/Wehrich 2003) lassen sich in der hier im Mittelpunkt stehenden Konstellation so nur in Ansätzen finden: Die Rollen und Verhaltensanforderungen sind von Anfang an klar und ungleichmäßig verteilt, wenn der Kunde als bewertende Instanz und ökonomischer Tauschpartner in einer Person den Auftrag an den Dienstleister vergeben hat. Es wird für den Kunden eine Leistung erbracht, im Gegensatz zu anderer Dienstleistungsarbeit muss dieser als Subjekt wenig koproduzierende Beiträge zur erfolgreichen Durchführung der Dienstleistung einbringen.¹² Diese in der Dienstleistungsforschung zu interaktiver Arbeit hervorgehobene Funktion entfällt in der machtasymmetrischen Form der Ausführung ergebnisorientierter Aufträge (Birken et al. 2012: 141ff.). In der Wahrnehmung als „personaler Kunde“ (Voswinkel 2005b: 81) mit sozialen Ansprüchen, die über eine funktionale Identität hinausgehen, erfährt die Kundenorientierung eine zwangsläufige Subjektivierung. Der Kunde wird als Individuum behandelt, um seinen persönlichen Wünschen entgegen zu kommen und ihn zu einem „Mehrfachkäufer“ (Hellmann 2005: 114) der eigenen Arbeitskraft zu machen. Oder zumindest zu einem Multiplikator, der die Arbeit bei guter Leistung weiterempfiehlt. Doch verläuft Subjektivierung in dieser relationalen Arbeitsform einseitig vom objektivierten, als Produkt wahrgenommenen Dienstleister zum personalen Kunden, auf dessen subjektive Wünsche im Sinne einer notwendigen Beziehungsarbeit eingegangen wird. Dabei werden im Gegensatz zu alten Formen der Autonomie in der Arbeit, zwar selbstbestimmtes Handeln und Verhalten gefordert, die Handlungs- und Entscheidungsspielräume aber durch die unmittelbare Konfrontation mit den Rahmenbedingungen des eigenen Handelns qua Kundenorientierung und Kontrolle

¹¹ Zum Bild des Kunden als König in Unterscheidung zu anderen Kundenbildern siehe (Voswinkel 2005a: 299 ff.).

¹² Auch aus dieser Perspektive lässt sich die vorliegende Form der Dienstleistung nicht aus dem Blickwinkel der Interaktionsarbeit und der dort hervorgehobenen Integration der Anstrengungen und ‚Arbeit‘ der Kunden betrachten (Böhle et al. 2015: 17ff.). Die hier dargestellten Ergebnisse verweisen gegenteilig auf eine neue – alte Form machtasymmetrischer Dienstleistung, die am Erstarren ist und bei der von einer „menschengerechten Arbeitsgestaltung“ (ebd.: 175 ff.) kaum gesprochen werden kann.

durch die nachträgliche Leistungsbewertung eingeschränkt (Sauer 2007: 207). Auf implizite bzw. explizite Anweisungen kann der Kunde verzichten, er kann davon ausgehen, dass die Dienstleister diese Anweisungen schon im kundenorientierten Verhalten verinnerlicht haben.

So entpuppt sich die hier vorgestellte ergebnisorientierte Arbeit auf Werkvertragsbasis¹³ als eine autonomiearme Arbeit ohne Gestaltungsspielraum, gesteuert nach Kundenwünschen und durch das Bewertungssystem bei Myhammer. Hinzu kommt eine überfordernde Anforderung nach der subjektiven Modifikation des „individuellen Verwendbarkeitsprofils“ (Moldaschl 2002: 34) unter permanenter Eigenverantwortlichkeit, hohen finanziellen Zwängen und hochgradig prekären Lebenslagen. Selbstverwirklichung und das Versprechen selbstbestimmter Arbeit äußern sich nicht als Möglichkeit von Autonomie und Freiheit in der Arbeit, sondern als ideologischer Konnex zum Mitspielen am Markt. Unter den gegebenen kapitalistischen Bedingungen dürfte sich dies als wirkmächtiges Mittel erweisen, dass sich Arbeitsbedingungen zu Ungunsten der arbeitenden Individuen verfestigen. Für die Arbeits- und Dienstleistungssoziologie kann die hier vorgestellte Empirie aktueller handwerklicher Dienstleistungen somit als Aufforderung dienen, die Logik ökonomischer Herrschaftsmechanismen, die sich in der radikalen Marktabhängigkeit der Soloselbstständigen zeigt, wieder verstärkt in die eigene Forschung hineinzubeziehen.

Literatur

- Bahl, Friederike 2014: Lebensmodelle in der Dienstleistungsgesellschaft. Hamburg.
- Bahnmüller, Reinhard 2002: Wandel in der Leistungsentlohnung: Ausmaß, Ziele, Formen. In: Sauer, Dieter 2002: S 35- 60.
- Bazant, Ursula 2009: Selbstständigkeit im konservativen Wohlfahrtssystem. Wiesbaden.
- Birken, Thomas/Kratzer, Nick/Menz, Wolfgang. 2012: Wem dienen Dienstleistungsunternehmen? Kundenkonstellationen und ihre Konsequenzen für die Praxis interaktiver Arbeit. In: Dunkel, Wolfgang/ Wehrich, Margit (Hg.) 2012: S.139- 157.
- Birenheide, Almut/Legnaro, Aldo 2008: Regieren mittels Unsicherheit. Regime von Arbeit in der späten Moderne. Konstanz.
- Bologna, Sergio 2006: Die Zerstörung der Mittelschichten. Thesen zur neuen Selbstständigkeit. Graz.
- Bögenhold, Dieter (1985): Die Selbstständigen. Zur Soziologie dezentraler Produktion. Frankfurt und New York.
- Bögenhold, Dieter (1989): Die Berufspassage in das Unternehmertum. Theoretische und empirische Befunde zum sozialen Prozeß von Firmengründungen. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 18 (1989), H. 4, S. 263- 281.
- Bögenhold, Dieter/Staber, Udo 1990: Selbstständigkeit als Reflex auf Arbeitslosigkeit? Makrosoziologische Befunde einer international- komparativen Studie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 42. Jg (1990), H.2, S. 265-279.

¹³ Zur Arbeit auf Werkvertragsbasis siehe (Lorig 2012).

- Böhle, Fritz 2011: Interaktionsarbeit als wichtige Arbeitstätigkeit im Dienstleistungssektor. In: WSI- Mitteilungen 09/ 2011, S. 456- 461.
- Böhle, Fritz/Stöger, Ursula/Wehrich, Margit 2015: Interaktionsarbeit gestalten. Vorschläge und Perspektiven für humane Dienstleistungsarbeit. Berlin.
- Brinkmann, Ulrich/Dörre, Klaus/Kraemer, Klaus/Röbenack, Silke/Speidel, Frederic 2006: Prekäre Arbeit. Ursachen, Ausmaß, soziale Folgen und subjektive Verarbeitungsformen unsicherer Beschäftigungsverhältnisse. Expertise der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich Ebert Stiftung. Bonn. Internet: <http://library.fes.de/pdf-files/asfo/03514.pdf> [zuletzt aufgesucht am 14.02.2015].
- Brinkmann, Ulrich 2011: Die unsichtbare Faust des Marktes. Betriebliche Kontrolle und Koordination im Finanzmarktkapitalismus. Berlin.
- Bührmann, Andrea D./Pongratz, Hans J. (Hg.) 2010: Prekäres Unternehmertum. Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung. Wiesbaden.
- Bührmann, Andrea D. 2012: Unternehmertum jenseits des Normalunternehmertums: Für eine praxistheoretisch inspirierte Erforschung unternehmerischer Aktivitäten. In: Berliner Journal für Soziologie, Band 22 (2012), H. 1, S.129- 156.
- Castel, Robert 2008: Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit. Konstanz.
- Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit 2003: Abstimmungsprobleme in Dienstleistungsbeziehungen. Ein handlungstheoretischer Zugang. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 55 Jg., Heft 4, S. 758- 781.
- Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (Hg.) 2012: Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen. Wiesbaden.
- Engels, Friedrich 1972: Die Lage der arbeitenden Klasse in England. In: Marx, Karl/ Engels, Friedrich: Werke. (MEW, Band 2) Berlin.
- Egbringhoff, Julia 2007: Ständig selbst. Eine Untersuchung der alltäglichen Lebensführung von Ein- Personen- Selbstständigen. München und Mering.
- Eggebrecht, Arne/Flemming, Jens/Meyer, Gert/v. Müller, Achatz/Oppolzer, Alfred/Paulinyi, Akos/Schneider, Helmut 1980: Geschichte der Arbeit. Vom Alten Ägypten bis zur Gegenwart. Köln.
- Foucault, Michel 1973: Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main.
- Geiger, Theodor 1987: Die soziale Schichtung des deutschen Volkes. Soziographischer Versuch auf statistischer Grundlage. Stuttgart. (Faksimile des Erstdrucks 1932).
- Hellmann, Kai- Uwe 2005: Der ideale Kunde: möglichst gebunden und immer treu. Vorläufiges zu einem aktuellen Thema. In: Jacobsen, Heike/ Voswinkel, Stephan (Hg.) 2005: S.101- 126.
- Hoffmann, Anna/Wehrich, Margit 2012: Perspektivenwechsel: Dienstleistungsarbeit von der Seite der Kunden her denken! In: Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (Hg.) 2012: Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen. Wiesbaden S. 83- 104.
- Holtgrewe, Ursula/Voswinkel, Stephan 2002: Kundenorientierung zwischen Mythos, Organisationsrationalität und Eigensinn der Beschäftigten. In: Sauer, Dieter

- 2002: Dienst-Leistung(s)-Arbeit. Kundenorientierung und Leistung in tertiären Organisationen. München. S 99- 118.
- Kelleter, Kai 2009: Selbstständige in Deutschland. Ergebnisse des Mikrozensus 2008. In: Statistisches Bundesamt: Wirtschaft und Statistik 12/2009, S. 1204-1217.
- KfW Bankengruppe 2010: Aus der Not geboren? Gründungen aus der Arbeitslosigkeit. Frankfurt am Main. Internet: <https://www.kfw.de/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Akzente/Akzente-Nr.-22-M%C3%A4rz-2010.pdf> [zuletzt aufgesucht am 14.02.2015].
- Koch, Andreas/Rosemann, Martin/Späth, Jochen 2011: Soloselbständige in Deutschland. Strukturen, Entwicklungen und soziale Sicherung bei Arbeitslosigkeit. Studie im Auftrag der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich- Ebert-Stiftung. Bonn.
- Koller, Lena/Neder, Nadja/Rudolph, Hermann/Trappmann, Mark 2012: Selbstständige in der Grundsicherung. Viel Arbeit für wenig Geld. IAB- Kurzbericht 22/ 2012, Nürnberg. Internet: <http://doku.iab.de/kurzber/2012/kb2212.pdf> [zuletzt aufgesucht am 14.02.2015].
- Lorig, Philipp 2012: Werkverträge – Die neue Lohndumping Strategie?! Studie im Auftrag der Rosa- Luxemburg- Stiftung. Berlin. Internet: http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/sonst_publicationen/rls_studie_werkvertr%C3%A4ge.pdf [zuletzt aufgesucht am 14.02.2015].
- Lüders, Christian/Meuser, Michael 1997: Deutungsmusteranalyse. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne 1997: Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Opladen. S. 57-79.
- Marx, Karl 1973: Das Kapital Band 1. In: Marx, Karl/Engels, Friedrich: Werke. (MEW, Band 23) Berlin.
- Moldaschl, Manfred 2002: Ökonomien des Selbst. Subjektivität in der Unternehmergesellschaft. In: Klages, Johanna/Timpf, Siegfried 2002: Facetten der Cyberwelt. Subjektivität, Eliten, Netzwerke, Arbeit, Ökonomie. Hamburg. S. 29-62.
- MyHammer.de 2012: Daten & Fakten. Internet: <http://news.myhammer.de/unternehmen/fakten> [zuletzt aufgesucht am 18.10.2012].
- MyHammer.de 2014: Der Weg zum Portal für Qualitätshandwerker. Internet: <http://news.myhammer.de/unternehmen/der-weg-zum-qualitatsportal> [zuletzt aufgesucht am 13.06.2014].
- Pongratz, Hans J. 2005: Interaktionsstrukturen und Dienstleistungsbeziehungen. Machtanalytische Differenzierungen zum Thema „Kundenorientierung“. In: Jacobsen, Heike/Voswinkel, Stephan (Hg.) 2005: Der Kunde in der Dienstleistungsbeziehung. Beiträge zur Soziologie der Dienstleistung. Wiesbaden. S. 57-80.
- Pongratz, Hans. J/Voß, Günter G. 1997: Fremdorganisierte Selbstorganisation. Eine soziologische Diskussion aktueller Managementkonzepte. In: Zeitschrift für Personalforschung . Jg. 11 (1997), H. 1, S. 30- 53.
- Pongratz, Hans J./Simon, Stefanie 2010: Prekaritätsrisiken unternehmerischen Handelns. In: Bührmann, Andrea D./ Pongratz, Hans J. 2010: S. 27- 59.

- Rieder, Kerstin/Voß, G. Günter 2005: Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden. Frankfurt am Main und New York.
- Sauer, Dieter/Döhl, Volker 1997: Die Auflösung des Unternehmens? Entwicklungstendenzen der Unternehmensreorganisation in den 90er Jahren. In: ISF München (Hg.): Jahrbuch Sozialwissenschaftliche Technikberichterstattung 1996, Schwerpunkt: Reorganisation. Berlin: S. 19-70
- Sauer, Dieter 2007: Vermarktlichung und Politik – Arbeitspolitik unter den Bedingungen indirekter Steuerung. In: Peter, Gerd (Hg.) 2007: Grenzkonflikte der Arbeit. Die Herausbildung einer neuen europäischen Arbeitspolitik. Hamburg. S. 202-217.
- Schmidt, Dorothea 1999: Zurück zur Jahrtausendwende? Alte und neue Selbstständigkeit in Deutschland. In: PROKLA Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Jg. 29 (1999), H. 117, Nr. 4, S. 603- 626.
- Staab, Philipp 2014a: Macht und Herrschaft in der Servicewelt. Hamburg.
- Staab, Philipp 2014b: „Einfache Dienstleistungen“ in der Wertschöpfungskette. In: Gegenblende. Das gewerkschaftliche Debattenmagazin. 22, September/ Oktober 2014. Internet: <http://www.gegenblende.de/++co++141956d4-3f32-11e4-8f9e-52540066f352> (abgerufen am 07.03.2015).
- Struck, Olaf 1999: Biographie und neue Selbstständigkeit in Ostdeutschland. In: Bögenhold, Dieter 1999: Unternehmensgründung und Dezentralität. Renaissance der beruflichen Selbstständigkeit in Europa? Opladen und Wiesbaden. S. 175-194.
- Van der Ven, Franz 1972: Sozialgeschichte der Arbeit. Band 3: 19. und 20. Jahrhundert. München.
- Vanselow, Achim 2003: Neue Selbstständigkeit in der Informationsgesellschaft. Graue Reihe des Instituts Arbeit und Technik 2003/ 06. Gelsenkirchen. Internet: <http://frautelnat.iatge.de/aktuell/veroeff/2003/gr2003-06.pdf> [zuletzt aufgesucht am 14.02.2015].
- Voswinkel, Stephan 2005a: Welche Kundenorientierung? Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit. Berlin.
- Voswinkel, Stephan 2005b: Der funktionale und der personale Kunde. In: Jacobsen, Heike/Voswinkel, Stephan (Hg.) 2005: Der Kunde in der Dienstleistungsbeziehung. Beiträge zur Soziologie der Dienstleistung. Wiesbaden. S. 81- 100.
- Voß, G. Günter 2006: Zeitdiagnose, Arbeit, Wandel- Drei Begriffsdiskussionen. In: Dunkel, Wolfgang/Sauer, Dieter 2006: Von der Allgegenwart der verschwindenden Arbeit. Neue Herausforderungen für die Arbeitsforschung. Berlin. S. 221-229.
- Wenny, Armin 1999: Ein- Personen- Unternehmen. Die Rolle der Unternehmensform im wirtschaftlichen Wandel, die soziale und wirtschaftliche Stellung von Selbstständigen ohne eigene Beschäftigte. Marburg.
- Wernet, Wilhelm 1952: Handwerkspolitik. Göttingen.