

# E-Commerce – ein Beitrag zur Modernisierung der privaten Haushalte?

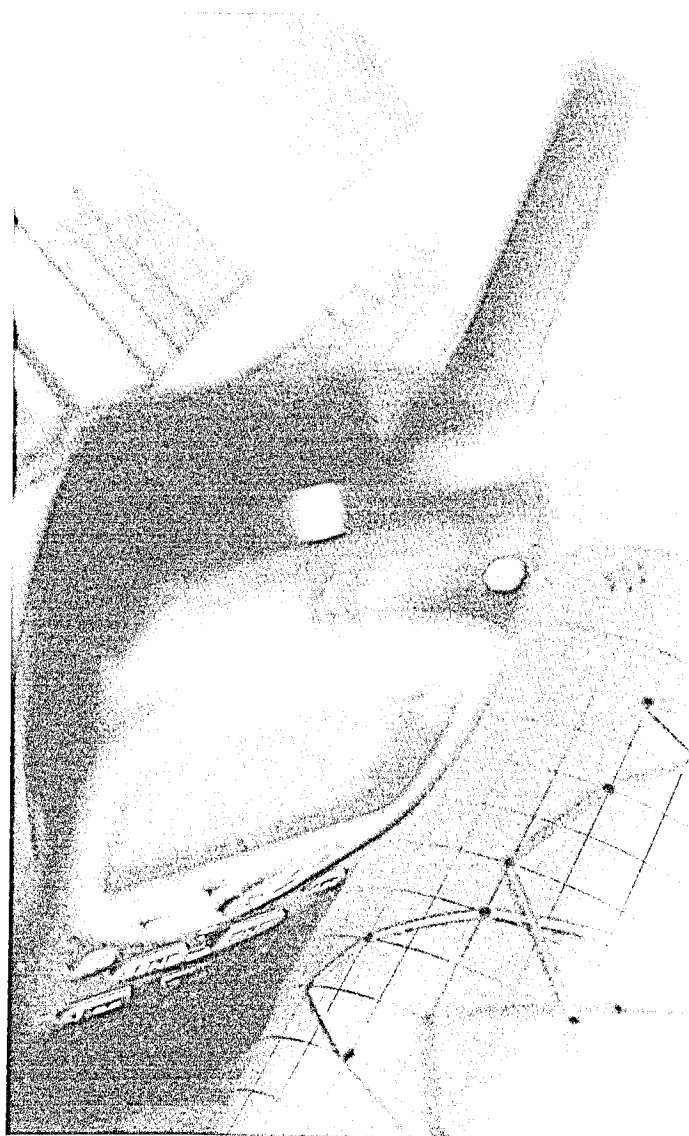


PROF. DR. PHIL.  
CHRISTIANE  
BENDER  
PROFESSUR FÜR  
SOZIOLOGIE

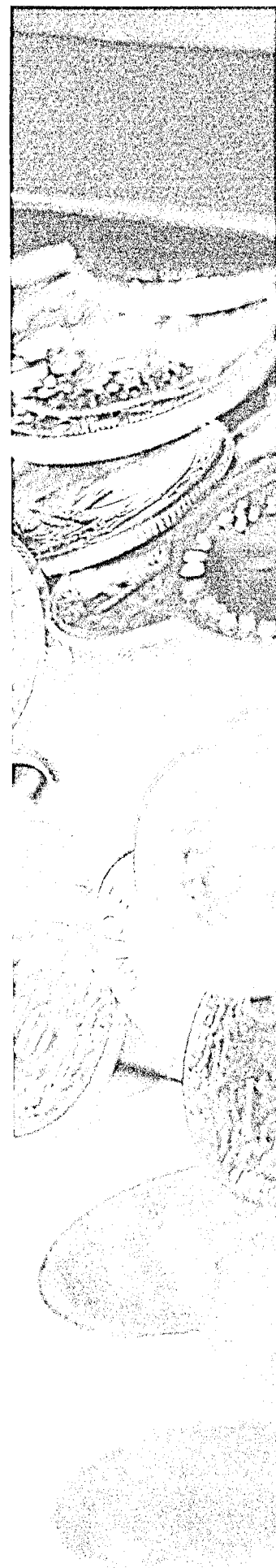
Der vorliegende Text ist programmatischer Teil eines geplanten Projekts mit dem Titel: „Die neuen Kommunikationsmedien und die soziale Arbeitsteilung zwischen der privaten und der öffentlichen Arbeitssphäre.“ Wesentliche Fragestellungen wurden mit Studierenden erarbeitet. Die neuen Informationstechnologien verändern die soziale Arbeitsteilung nicht nur in und zwischen den modernen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Sie werden zunehmend auch in den privaten Haushalten produktiv genutzt. Damit verändert sich die private Produktionsarbeit und mit ihr die Interaktionsformen und Austauschbeziehungen zwischen den privaten Haushalten und den erwerbswirtschaftlich organisierten Dienstleistungs- und Güterproduzenten.



DR. PHIL. HANS  
GRASSL



Vom 13. bis 20. März fand die CeBIT 2002 statt. Es hat eine Zeit gegeben, da haben die Messeplaner versucht, eine CeBIT zu etablieren, die vor allem Technologien rund um den Bereich der privaten Haushalte präsentiert. Dieses Projekt scheiterte jedoch, die CeBIT Home wurde rasch beendet. Auf den Messeveranstaltungen nehmen dennoch technologische Neuheiten mit Nutzungsmöglichkeiten für die privaten Haushalte zunehmend breiteren Raum ein. Die privaten Haushalte kommen als zusätzliche Anwendungsfelder für bestehende Informationstechnologien und für neuartige Kombinationen mit unterschiedlichen Systemen (wie Telefon, PC, Fernsehen etc.) in den Blick. Es gilt das große Publikum für die Produkte zu begeistern und an das „Pervading Computing“ mit den alles durchdringenden, omnipräsenten Informationsgeräten zu gewöhnen. Inwieweit sich allerdings in absehbarer Zukunft ein dieses üppigen Angebot der Unternehmen entsprechende wirt-



schaftskräftige Nachfrage bei den privaten Haushalten herauskristallisiert, von der dann wiederum Impulse für die Entwicklung neuer Produktideen ausgehen, wird derzeit noch unterschiedlich beurteilt.

– wie es heißt – *E-Commerce-affine*, also auf hochgradig standardisierte Güter begrenzt wird.

Die Akzeptanz des Angebots an neuen Technologien, die als industriell gefertigte Konsumgüter in den privaten Haushalten künftig zum Einsatz gelangen werden, setzt eine Bereitschaft zu Verhaltensänderungen bei den Akteuren voraus. Welches sind die sozialen Rahmenbedingungen solcher Verhaltensänderungen? Lassen sich die privaten Haushalte dafür gewinnen, Produkte nachzufragen, deren Grundlage etablierte Technostrukturen der Industrie darstellen, die dann – über kurz oder lang – in den privaten Haushalten Eingang finden werden? Wird es nach dem von der Industrie forcierten *push* zu einem wirtschaftlich relevanten *demand pull* kommen, dessen Träger die privaten Haushalte sind?

Zur Beantwortung dieser Frage wollen wir einige Szenarien der Modernisierungsprozesse herausarbeiten, denen die privaten Haushalte im Zuge der Geschichte der Industrialisierung unterworfen sind. Dazu gehören Aspekte der technischen Rationalisierung und des Wandels von verhaltensrelevanten Normen, an denen sich die Akteure in ihren Handlungen und Interaktionen innerhalb der privaten Haushalte orientieren. Uns geht es dabei vor allem um die Gestaltung, die Organisation und die Verteilung der dort geleisteten Arbeit.

Diese Form der Arbeit betrachten wir als einen wesentlichen Bestandteil der gesamtgesellschaftlichen Wohlfahrtsproduktion – neben der Erwerbsarbeit, die innerhalb der privaten Wirtschaft, der öffentlichen Einrichtungen und des dritten Sektors geleistet wird, und der Ehrenarbeit. [3]

### 1. Aspekte der Modernisierung und Mechanisierung der privaten Haushalte

Die Industrialisierung hat sich in erster Linie als *Rationalisierung der Ökonomie* und erst in zweiter Linie als Rationalisierung weiterer Lebensbereiche, vor allem der privaten Haushalte, entfaltet: Vormalig tradierte und informelle Tätigkeiten werden schrittweise in Erwerbs- und Berufsarbeit überführt, formalisiert, objektiviert und weitgehend innerhalb eines soziotechnischen Systems zeitökologisch *mechanisiert und standardisiert*. Dies geschieht mit Hilfe des Einsatzes neuer arbeitskräftesparender Techniken und entsprechender Modelle der Arbeitsorganisation. Sukzessive werden die sich herausbildenden *Technostrukturen* innerhalb der betrieblichen Produktion durchgesetzt und allmählich darüber hinaus auf die Beziehungen zwischen Unternehmen, auf Branchen und Sektoren ausgedehnt.

Die Frage nach dem Entwicklungspotenzial des E-Commerce nimmt in diesem Zusammenhang einen zentralen Stellenwert ein. In einem immer stärkeren Maße werden die Geschäftsbeziehungen zwischen den Endverbrauchern, den Händlern und den Herstellern durch die Nutzung elektronischer Medien geprägt. Die Bezeichnung E-Commerce umfasst die zwischen Unternehmen, Business-to-Business (B2B), und die zwischen Unternehmen und Verbrauchern, Business-to-Consumer (B2C), stattfindenden Transaktionen. Dabei liegen bislang die Umsätze der B2B-Transaktionen *weit* vor denen des B2C. So prognostiziert das Institut der deutschen Wirtschaft in Köln (IW), dass sich die E-Commerce-Umsätze in Deutschland bis zum Jahr 2002 auf fast 50 Mrd. € belaufen werden. 1998 lagen die Umsätze lediglich bei 1,3 Mrd. €. Die Umsatzsteigerungen spiegeln einen wirtschaftlichen Strukturwandel wider, der vor allem von jungen Branchen beschleunigt wird und die Flexibilisierung der Arbeitsmärkte vorantreibt. Rund drei Viertel des prognostizierten Umsatzes im Jahr 2002 werde auf den B2B-Bereich fallen. [1]

Eine Studie des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (HDE) kommt zu ähnlichen Einschätzungen: Trotz der E-Commerce-Euphorie kann festgestellt werden, dass auch im Jahr 2000 noch keine beträchtlichen Einzelhandelsumsätze über den Vertriebsweg Internet erzielt werden. Der Umsatz im Online-Shopping (B2C) betrug nach Berechnungen des HDE im Jahr 2000 gerade einmal gut 2,5 Mrd. € oder 0,5% am gesamten Einzelhandelsumsatz. Viele Sortimentsbereiche blieben noch vollständig von der Netzkonzurrenz verschont. Die äußerst dynamische Entwicklung in diesen Bereichen wird sich in den nächsten zehn Jahren mindestens verzehnfachen. Schon im Jahre 2010 werden voraussichtlich zwischen 5 und 10% des gesamten Einzelhandelsumsatz ohne persönlichen Kundenkontakt durch elektronischen Handel realisiert werden. Der Einkauf per Internet wird dann für E-Commerce-affine Warengruppen wie Bücher, CDs und Software neben dem stationären Handel zum Standard geworden sein. [2]

Bemerkenswert an den Ergebnissen dieser Studien ist einmal die Feststellung des großen Vorsprungs des B2B- vor dem B2C-Commerce und zum anderen die darin formulierte Wachstumsprognose, die allerdings auf bestimmte

Die Rationalisierung der privaten Haushalte dagegen kommt in allen Industrieländern zeitlich nachgeordnet, in zweiter Linie, in Gang. Die privaten Haushalte mit der *Kleinfamilie* als Personal haben sich im Zuge der Durchsetzung der Industrialisierung und der Arbeitsteilung zwischen Erwerbsarbeit und Familienarbeit, zwischen öffentlicher und privater Sphäre und zwischen den Geschlechtern herausgebildet. Der Ehemann wird auf die Erwerbsarbeit, die Ehefrau auf die Hausarbeit verwiesen. Das Einkommen, das aus der Erwerbsarbeit erzielt wird, entwickelt sich zur dominanten Lebensgrundlage der privaten Haushalte. Die Implementation sozialer und technologischer Infrastrukturen in den großen modernen Städten ermöglichte diesen Siegeszug der Kleinfamilie. Aufgelöst bzw. verdrängt werden tradierte großfamiliale Hausgemeinschaften, in denen die Ausübung von Wirtschafts- und Solidarfunktionen räumlich und personell verknüpft war. Die Kleinfamilie setzt sich auf der Grundlage von Liebesheirat und Elternschaft aus den Eheleuten und deren Kindern zusammen. Reproduktions-, Sozialisations-, Regenerations- und Solidarfunktionen schälen sich als deren Kernaufgaben heraus.

Erst allmählich zu Beginn des 20. Jahrhunderts in Amerika entwickeln sich die soziotechnischen Systeme des Transports, der Kommunikation und der Energieversorgung. Diese Systeme bilden die Voraussetzung für die Anschlussfähigkeit der Haushalte als Konsumenten industriell gefertigter Güter. Die Inhalte und Organisation der Haushaltsarbeit lassen sich nun sukzessive industriell durchformen und vereinheitlichen.

a) *American Way of Life – die Rationalisierung und Technisierung der Haushalte der Kleinfamilien*

Paradigmatisch für eine spezifisch technisch ausgerichtete Modernisierung der privaten Haushalte steht der *American Way of Life*, dessen Wurzeln hineinreichen in die mit dem Namen Taylor und Ford verknüpften Systeme der *standardisierten Massenproduktion und der Massenkonsumention*. Deren Durchsetzung zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den Vereinigten Staaten führte zu einer breiten Versorgung der Haushalte mit industriell gefertigten Gebrauchsgütern. Zugleich wurde die Hoffnung wach, auf diesem Wege Arbeitslosigkeit, Armut und soziale Ungleichheit zu beheben. Die Massengüter konnten von einem großen Teil der Erwerbsbevölkerung erworben werden. Der private Konsum galt nun nicht mehr als Privileg der Oberschichten. In diesem Prozess haben die Konsumgüter immer mehr ihren Hauch von Luxus und Ge-

nuss eingebüßt und sich in alltägliche, lebensnotwendige Gebrauchsgüter, in Arbeitsinstrumente, verwandelt. Allmählich veränderte sich die Organisation und Gestalt der privaten Haushalte. Die Arbeitsabläufe werden durch die Nutzung der technischen Geräte homogenisiert und formalisiert und somit für den Zukauf weiterer technischer Gebrauchsgüter anschlussfähig gemacht. [2]

Das Ideal des American Way of Life förderte eine Orientierung, in der technischen Lösung von Handlungsproblemen die beste Lösung (one best way) zu sehen. Davon wird nicht nur die Arbeitswelt in der Industrie, sondern auch die Privatsphäre zunehmend geprägt. Die privaten Haushalte haben sich im Laufe des letzten Jahrhunderts in mechanisierte Kleinbetriebe verwandelt. Aus der multifunktionalen Wohnküche wird eine ausdifferenzierte Produktionsstätte Küche, die – hochgradig technifiziert – immer mehr einer Haushaltsfabrik ähnelt. In Deutschland setzt diese Entwicklung erst richtig mit dem Wirtschaftswunder der 50er und 60er Jahre ein, das von vielen Zeitgenossen als ein Konsumgüterwunder empfunden wurde und als solches die Menschen begeisterte.

Vor dem Hintergrund dieser Rationalisierungsdynamik ergeben sich auch einige Ansatzpunkte zur Beurteilung der Entwicklungsszenarien der Implementation innovativer Technologien (hier: des E-Commerce) innerhalb der privaten Haushalte: Im industriellen Kontext (des B2B) steht zweifellos das Interesse der ökonomischen Akteure im Zentrum, die Chancen der Informationstechnologien und des E-Commerce-Netzes zu nutzen, um langfristig Transaktionskosten bei der Beschaffung von Informationen, bei der Bestellung und der Lieferung von Waren zu senken. Im Rahmen der Verschlenkungmaßnahmen der *old economy* zur Rationalisierung der güterproduzierenden Dienstleistungen wurden in den letzten Jahrzehnten die neuen Technologien eingesetzt, um Kosten zu senken und Marktvorteile zu gewinnen. Das führte nicht nur zur Straffung innerbetrieblicher Arbeitsprozesse, sondern darüber hinaus auch zur Rationalisierung der Beziehungen zwischen den Betrieben, zwischen den Produzenten, den Zulieferern und den Händlern. Auf der Basis der neu geschaffenen Technostrukturen konnte die Abwicklung der zwischenbetrieblichen Informations-, Kommunikations- und Warenflüsse schematisiert, effektiv gesteuert und reguliert werden. Die Folge ist eine hochgradige Standardisierung von Prozessen und Produkten. Dieser Trend hat vor der Kommunikation zwischen der Ökonomie und den privaten Haushalten nicht Halt gemacht. Im

Zuge dieser Modernisierungsprozesse haben ähnlich rationalisierte Herstellungs- und Vertriebsformen in Wirtschaftsbranchen, wie beispielsweise im Handwerk, im Handel und in der Gastronomie Eingang gefunden, die vormalig vor allem von Familien- und Kleinbetrieben geprägt wurden, und die an der Versorgung der privaten Haushalte mit Konsumgütern und mit Dienstleistungen einen entscheidenden Anteil haben.

b) *McDonaldisierung –  
die Fortsetzung des American Way of Life*

Aufgrund der Einführung neuer technikbasierter Organisationskonzepte, wir nennen als Beispiel die Franchise-Struktur, ziehen Handelsketten in die Städte ein, die den Kunden ein hochgradig standardisiertes Warenangebot präsentieren, das nur noch geringfügige Flexibilisierungen zulässt und die Anbieter-Kunden-Kommunikation auf ein Minimum reduzieren: Gespräche, die der Beratung, der Empfehlung, der Information des Kunden durch erfahrene Fachkräfte dienen, finden kaum noch statt. Ein Blick in die Fußgängerzonen mit ihren McToysläden, McSchmuckgeschäften, McBäckereien, McMetzgereien und McCafes macht diese Beobachtung plausibel. In Amerika wird dieser Prozess als McDonaldisierung am Beispiel der Erfolgsgeschichte der weltweit expandierenden Fast-Food-Kette McDonalds diskutiert. Die Kritiker dieser Entwicklung verweisen auf die Folgen einer solchen normierten und uniformen Konsumkultur: Die kurzfristig erzielten Preis- und Rationalisierungsvorteile – durch die Erhöhung der Berechenbarkeit, der Vorhersagbarkeit, der Kontrolle – werden mit hohen Verlusten an Kreativität und Tradition erkaufte. Dabei wird als alarmierende Tendenz besonders betont, dass immer weitere Teile des traditionellen Haushalts- und Sozialstaatsbereichs solchen tayloristischen Rationalisierungswelten unterworfen werden. [4]

Die McDonaldisierung der häuslichen Nahrungszubereitung und damit einer zentralen personenbezogenen, haushaltsnahen Dienstleistung hat jedoch in den meisten europäischen Ländern ein noch nicht mit den USA vergleichbares weitgehendes Ausmaß erreicht. Insbesondere wird in Hinblick auf Deutschland darauf verwiesen, dass die Haushalte letztlich viele Tätigkeiten in eigener Regie erledigen. Zwar sind auch in Deutschland die Haushalte von Rationalisierungswellen bestimmt, die zur Vergrößerung des hauseigenen Maschinenparks führen, aber viele Aufgaben werden nach wie vor von Mitgliedern der Familie erledigt.

## 2. Chancen und Grenzen für weitere Rationalisierungsprozesse der Dienstleistungen innerhalb der privaten Haushalte

Die Inhalte und Formen der Hausarbeit sind jedoch veränderlich. Sie unterliegen historisch dem sozialen und technischen Wandel der Gesellschaft. Ein Vergleich zwischen dem Entwicklungsmuster der privaten Haushalte in den westlichen Industrieländern zeigt, dass die soziokulturellen Verhaltensorientierungen und institutionellen Voraussetzungen, die die Alltagspraxis der Akteure regulieren, durchaus stark variieren. So bestehen beispielsweise große Unterschiede zwischen den Vereinigten Staaten, den skandinavischen Ländern und Deutschland in Hinblick auf die Erziehung von Kindern bis zum dritten Lebensjahr. Werden diese Kinder wie in Deutschland nahezu ausschließlich in den privaten Haushalten erzogen? Werden für diese Aufgaben wie in den USA über die Arbeitsmarkt vermittelt (billige) Haushaltshilfen eingestellt? Oder werden dafür wie in den skandinavischen Ländern öffentliche Einrichtungen in Anspruch genommen? [5]

a) *Struktur der Selbstbedienungswirtschaft*

Die bedeutende Rolle, die die Hausarbeit in den bundesdeutschen Haushalten spielt, verdeutlichen die Resultate der repräsentativen Zeitbudgeterhebung des Statistischen Bundesamtes: Bislang haben Frauen wöchentlich für Hausarbeit 35 Stunden, Männer dagegen 19 Stunden aufgewandt (Spiegelbildlich dazu: Männer sind wöchentlich durchschnittlich 31 Stunden, Frauen dagegen 15 Stunden erwerbstätig). Frauen verrichten in der Regel die sozialen, also personenbezogenen Dienstleistungen im Haushalt, während Männer – entsprechend der noch traditionell geprägten Rollenvorstellung – vorwiegend technisch orientierte Dienstleistungen erfüllen: Frauen betreuen Kinder, Männer mähen Rasen, Frauen sorgen für das tägliche Mittagessen, Männer kochen Menüs für außeralltägliche Anlässe. [6]

Es werden demnach von Frauen und Männer gemeinsam insgesamt 54 Stunden Hausarbeit in der Woche geleistet, dem stehen lediglich 46 Stunden Erwerbsarbeit gegenüber. Die deutsche Ökonomie wird deshalb nicht zu unrecht als *Selbstbedienungswirtschaft* (self service economy) bezeichnet, in der die Haushalte vermehrt durch den Zukauf industriell gefertigter, kapital- und technikintensiver Massen-Gebrauchsgüter und durch unbezahlte Eigenarbeit die benötigten Dienstleistungen erbringen. [7] In den Vereinigten Staaten werden beispielsweise

viele dieser Dienstleistungen durch Dienstboten ausgeführt. In den skandinavischen Ländern übernehmen öffentliche Einrichtungen die Aufgaben, haushaltsnahe Dienstleistungen bereitzustellen.

An einem weiteren Beispiel lässt sich der Begriff Selbstbedienungswirtschaft veranschaulichen: Für die Erledigung von Bankgeschäften standen dem Bankkunden noch vor wenigen Jahren ein ganzes Heer von vertrauenswürdigen „Bankbeamten“ zur Verfügung. Diese Aufgaben haben die Banken nun immer mehr an ihre Kunden (zurück)gegeben. Die Kunden sehen sich nun veranlasst, die verschiedensten Bankautomaten zu bedienen, um ihre Bankgeschäfte zu erledigen. Waren die Kunden einst die *Konsumenten* der Dienstleistungsangebote der Banken, so haben sie sich nun zu *Prosumenten* weiterentwickelt, die weitgehend für sich selbst sorgen müssen. Der Begriff Prosument bezeichnet in der Theorie der Dienstleistungsgesellschaft die Strategie von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, kostenintensive Produktionsfunktionen, wie etwa das Zusammenbauen von Möbeln (z.B. Ikea), auf die Haushalte zu verlagern. Immer umfassender werden die Haushalte von der Ökonomie als kostenlose Dienstleister in die Dienstleistungs- und Güterproduktion integriert. Beim Home Banking holen wir uns sozusagen den Bankautomaten unmittelbar ins Haus.

Noch eine andere makrostrukturelle Facette dieser Entwicklung, die auf die Haushalte einwirkt, ist zu berücksichtigen: Ein großer Teil des volkswirtschaftlichen Arbeitsvolumens wird durch diesen Prozess der Technisierung bei gleichzeitiger Privatisierung von Dienstleistungsfunktionen verloren gehen. In einigen Bereichen wie in Banken, in Reisebüros, bei der Deutschen Bahn werden vor allem (teilzeitfähige) Arbeitsplätze abgebaut, die bislang Frauen domänen waren. Die vielerorts propagierten High-Tech-Arbeitsplätze haben sich zu Männerdomänen mit teilweise sehr familienfeindlichen Arbeitszeitkulturen entwickelt.

#### b) Zeitdruck und Zeitknappheit als Problem der Familien in den privaten Haushalten

Traditionellerweise wurden bislang in vielen europäischen Ländern die Haushalte durch öffentlich bereitgestellte Dienstleistungen im sozialen Bereich entlastet. Der Kontext der Haushaltskonsolidierungspolitik der Regierungen werden jedoch Zugangschancen der Bevölkerung zu öffentlichen Versorgungseinrichtungen (beispielsweise im Gesundheitswesen) verrin-

gert. In Gang gebrachte Reformvorhaben tragen nun dazu bei, die privaten Haushalte verstärkt als *Zentren der Erbringung von sozialen Dienstleistungen* zu betrachten. Damit nimmt das Interesse der Akteure in den privaten Haushalten zu, die von ihnen erwartete Eigenarbeit rationaler zu gestalten, soll nicht der bereits erreichte Grad an Zeitautonomie stark eingeschränkt werden.

Die Individuen werden künftig – darauf verweisen einschlägige Untersuchungen – neue technologische Systeme, insbesondere das Internet, verstärkt dazu nutzen, um ihre Lebensplanung und -organisation zu rationalisieren und zu optimieren. Dies belastet und entlastet die Individuen zugleich. Die Anforderungen an eine *wissensbasierte Haushaltsführung* steigen. Private Haushalte sind damit Schnittstellen des sozialen Wandels, an denen sowohl gesellschaftliche Krisen als auch Fortschritte von den Akteuren bewältigt werden müssen. Internet und *E-Commerce* sind Technologien, die sich für berufliche und für private Zwecke nutzen lassen. Gerade berufstätige Frauen mit Familien können hieraus einen Vorteil ziehen und zwar in beide Richtungen, nämlich um Berufsarbeit zu Hause zu erledigen und um vom Arbeitsplatz aus – bei entsprechend gegebenen Zugängen für private Zwecke – haushaltsrelevante Dienstleistungen zu erledigen, wie zum Beispiel die privaten Bankgeschäfte, die lästigen Behördengänge, die Bestellungen von dringend benötigten Konsumgütern.

Die Zunahme an sozialen Verpflichtungen und der Wandel des Konsumenten zum Prosumenten bezeichnen die beiden sozioökonomischen Trends, die die privaten Haushalte der Zukunft konturieren und prägen werden. Beide Trends werden die Nachfrage nach elektronischen Rationalisierungshilfen steigen lassen.

