

## **YouTuber\_innen aller Länder, vereinigt euch!**

**Was passiert, wenn sich eine Basisbewegung, YouTuber\_innen aus aller Welt und eine traditionelle Gewerkschaft zusammenschließen?**

**Dank der Bemühungen der YouTubers Union und der IG Metall verfügen YouTuber\_innen jetzt über mehr Transparenz, klarere Regeln, bessere Kommunikation und mehr Mitwirkung.**

**Von Jelena Prtorić<sup>1</sup>**

Jörg Sprave baute seine erste Steinschleuder im Alter von sechs Jahren, kam aber erst fast 40 Jahre später auf die Idee, dieses Hobby weiter zu verfolgen. Der studierte Wirtschaftswissenschaftler arbeitete damals bei einer Softwarefirma für Videobearbeitung. Weil dort Videos benötigt wurden, um YouTube-Uploads zu testen, beschloss Sprave, sich selbst beim Anfertigen von Steinschleudern zu filmen.

Fünf Jahre später, im Jahr 2013, entschied sich Sprave, professioneller Vollzeit-YouTuber zu werden. Auf seinem „Slingshot Channel“ veröffentlicht er Tutorials in englischer Sprache und Rezensionen zu selbstgemachten Steinschleudern, Armbrüsten, Messern und Luftgewehren. Die Videos auf seinem Account zählen über 433 Mio. „Views“, der Kanal hat über 2,6 Mio. Follower.

Im Jahr 2012, als YouTube sein Partnerprogramm für alle Nutzer\_innen der Plattform öffnete, konnten YouTuber\_innen ihre Videos leicht vermarkten, vorausgesetzt, sie wurden oft genug angeklickt und enthielten keine umstrittenen (sexuellen oder gewalttätigen) Inhalte und Formulierungen. 2017 erschütterte jedoch eine Reihe von Skandalen die Videoplattform, als Videos mit extremistischen Inhalten und Hassrede zusammen mit Werbespots gezeigt wurden. Mehrere große Unternehmen zogen ihre

---

<sup>1</sup> Jelena Prtorić ist eine Journalistin, die aus Südosteuropa über die Themen Politik, Menschenrechte, Kultur und Umwelt berichtet.

Anzeigen zurück und YouTube wurde schon nach Kurzem Einnahmeausfälle von über 750 Mio. US-Dollar prognostiziert.

Dieser Skandal und der Rückgang der Einnahmen zwangen YouTube dazu, seine Algorithmen zu überprüfen, was sich jedoch negativ auf die Inhalte und Einnahmen der Autor\_innen auswirkte. Die Videos vieler professioneller YouTuber\_innen wurden aus dem Verkehr gezogen, mit „Shadow Bans“ belegt (d.h. Inhalte wurden auf eine für sie nicht ersichtliche Weise ganz oder teilweise blockiert) oder ihre Kanäle (vorübergehend) geschlossen, was viele in eine finanziell prekäre Lage brachte.

Sprave war einer der davon betroffenen YouTuber\_innen. Problematisch, so sagt er, sei nicht die Änderung des Algorithmus an sich gewesen, sondern die Tatsache, dass den YouTuber\_innen der Prozess und die neuen Richtlinien nicht klar kommuniziert worden seien. Zwar konnte er für sich selbst eine Möglichkeit finden, seinen Lebensunterhalt trotz der Ausfälle zu sichern. Er sah es jedoch als seine Pflicht an, sich gegen das Unternehmen zu wehren. Im März 2018 gründete er die YouTubers Union (YTU) mit dem Ziel, den Informationsaustausch unter YouTuber\_innen zu erleichtern, Unterstützungskampagnen zu organisieren und Änderungen auf der Plattform zur Diskussion zu stellen.



*Nachdem sich Änderungen am Algorithmus negativ auf die Video-Rankings und Einnahmen von YouTuber\_innen auswirkten, gründete der YouTuber Jörg Sprave 2018 die YouTubers Union. Mit einer breit angelegten Kampagne gelang es der Gewerkschaft, mehr Rechte und bessere Bedingungen für die Creator von Inhalten auszuhandeln.  
(True Images/Alamy Stock Photo)*

### **Einigkeit und Sichtbarkeit**

Dass sich Arbeiter\_innen auf großen digitalen Plattformen organisieren, ist immer noch relativ selten und mit vielen Herausforderungen verbunden. Dies geht aus dem Bericht der Friedrich-Ebert-Stiftung *Organising YouTube – Ein neuer Fall der gewerkschaftlichen Organisation von Plattformarbeiter\_innen* von Valentin Niebler und Annemarie Kern hervor. Als eine Herausforderung beschreiben die Autor\_innen eine „organisatorische Fragmentierung“: Da die Beschäftigten nicht formal in das Unternehmen eingebunden

sind, haben sie „kein Recht, Kollektivverhandlungen zu führen oder sich gewerkschaftlich zu organisieren“. Neben dieser organisatorischen Fragmentierung sind YouTuber\_innen auch „mit einer technologischen Fragmentierung konfrontiert, weil sie durch Informationsasymmetrien an gemeinsamer Kommunikation gehindert werden“. Hinzu kommt eine geographische Dimension der Fragmentierung, da YouTuber\_innen in verschiedenen Regionen der Welt leben und arbeiten, und damit zwar einer Plattform, aber unterschiedlichen regionalen Gesetzen unterliegen.

Laut Sprave gibt es aber noch eine weitere Herausforderung: ideologische Differenzen. „In der Gruppe kommen Menschen mit unterschiedlichen politischen Überzeugungen zusammen. Wir haben rechte und linke Kanäle und alles dazwischen.“ Sprave machte deutlich, dass die Gewerkschaft nicht gegründet wurde, um politische oder ideologische Differenzen zu diskutieren. „Unser Ziel war es, die Arbeitsbedingungen von YouTuber\_innen zu verbessern. Für uns gilt, dass wir inhaltlich völlig neutral sind – solange der jeweilige Kanal den Richtlinien der Plattformen folgt.“ Die YouTubers Union unterstützte also nicht die Forderungen derer, die wollten, dass YouTube die Ausstrahlung von Hass- und Verschwörungsvideos weiter zulässt. Sprave stellt auch klar, dass er niemals „YouTube zerstören und eine andere Plattform gründen“ oder verlangen wollte, dass YouTuber\_innen Angestellte der Plattform werden. „Wir wollten einfach nur eine faire Partnerschaft“, sagt er.

Die YTU wurde zunächst als Facebook-Gruppe eingerichtet. Dadurch konnte Sprave nicht nur aktuelle Informationen austauschen, sondern auch Umfragen für die Entscheidungsfindung in der Gruppe erstellen. Trotzdem gibt es eine Hierarchie in der Gruppe, Sprave erstellt die Beiträge in der Gruppe. „Wenn es Leute gibt, die Dinge verfolgen, die wir nicht unterstützen, löschen wir sie und werfen sie raus“, erklärt er.

Im September 2018 veröffentlichte Sprave im Namen der Gewerkschaft ein Video mit dem Titel Debunked: YouTube caught lying! und kritisierte dort die undurchsichtigen und irreführenden Kommunikationsprozesse des Tech-Giganten. Diese Aktion führte dazu, dass er und sein Team von YouTube zu mehreren persönlichen Treffen eingeladen wurde.

### **FairTube: eine erfolgreiche Kampagne**

Trotz des gelungenen Beginns konnten jedoch keine bindenden Vereinbarungen getroffen werden. 2018 beschloss die YTU, mit der IG Metall zusammenzuarbeiten, einer Gewerkschaft, die über 2,2 Millionen Arbeitnehmer\_innen in Deutschland vertritt.

Die IG Metall hatte sich bereits an anderen Kampagnen für mehr Transparenz und bessere Arbeitsbedingungen für Plattformarbeiter\_innen beteiligt, die in der Regel als Selbständige gelten. „Wir arbeiten mit den Plattformen zusammen, die den Crowdsourcing-Verhaltenskodex unterzeichnet haben, und betreiben die Ombudsstelle, die bei Streitigkeiten zwischen Beschäftigten auf digitalen Plattformen und den Plattformen selbst vermittelt“, sagt Michael 'Six' Silberman, beim Crowdsourcing-Projekt der IG Metall zuständig für Kommunikation.

Obwohl die YouTuber\_innen in der YTU mit dem System YouTube gut vertraut waren, fehlten ihnen die Ressourcen, es in ihrem Sinne zu gestalten. „Die IG Metall hatte finanzielle Mittel, Anwälte\_innen und politischen Einfluss“, so Sprave. Rechtliche und finanzielle Mittel waren wichtig für die Möglichkeit, YouTube vor Gericht zu bringen. Die YTU-Mitglieder wurden gebeten, über die Zusammenarbeit und gemeinsame Forderungen per Facebook-Umfrage abzustimmen. Nicht alle waren von der Partnerschaft begeistert. „Es gab einige Leute in den USA, die sagten, sie fänden es schlimm, dass wir uns mit einer Gewerkschaft zusammenschließen. Gewerkschaften sind dort nicht sehr beliebt“, erinnert sich Sprave.

Für die IG Metall war es wichtig, sicherzustellen, dass die Kommunikation im Einklang mit den eigenen Gewerkschaftsrichtlinien steht. „Hassrede, Rassismus, Sexismus, Homophobie, Fremdenfeindlichkeit usw. sind in keiner unserer Initiativen willkommen. Wir zögern nicht dabei, Kommentare dieser Art auf unseren Online-Kanälen zu löschen“, erklärt Silberman.

Im Juli 2019 starteten YTU und die IG Metall die Kampagne FairTube, die aus drei Elementen bestand: einem 14-minütigen viralen Video, in dem Sprave erklärte, dass „es scheint, als wolle YouTube keine selbständigen YouTuber\_innen mehr“, einer Kampagnen-Website sowie sechs Forderungen an YouTube. Druck gemacht wurde hauptsächlich mit einer Klagedrohung gegen YouTube/Google wegen Scheinselbstständigkeit und Verstoßes gegen die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), sowie mit der Möglichkeit von plattformweiten Protestaktionen, die das Image der Plattform in Misskredit bringen würden. Die Kampagne erhielt viel Aufmerksamkeit – die Größe der Facebook-Gruppe von YTU hat sich im Laufe der Kampagne fast verdoppelt – und YouTube erklärte sich zu weiteren Verhandlungen bereit.

Dank der Kampagne gibt es für YouTube-Creator nun mehr Transparenz (Algorithmen werden jetzt detaillierter erklärt), klarere Regeln, eine bessere Kommunikation mit YouTube, die Option der Schlichtungsbefugnis (Zugang zu leitenden YouTube-Manager\_innen, um Entscheidungen über Stornierungen und Demonetarisierungen anzufechten) und mehr Mitwirkungsmöglichkeit (YouTube bittet seine Content-Autor\_innen mittlerweile um Feedback bei Veränderungen).

Sprave ist mit diesen Änderungen zufrieden. Allerdings erwägt er derzeit, FairTube zu einem eingetragenen Verein zu machen, der auch für andere Crowdworker (wie z.B. Uber-Fahrer\_innen) offen wäre, die ihr Wissen und ihre Ressourcen bündeln möchten, um bessere Bedingungen für alle Plattform-Beschäftigten zu organisieren.

