



**Westfälische Wilhelms-Universität  
Fachbereich 6  
Institut für Soziologie  
Sommersemester 2011**

**Seminar:** Mehr Jobs, mehr Chancen – aber weniger Sicherheit. Die Zukunft unserer Arbeit (069139)

**Dozentin:** Dr. Katy Teubener

# **PREMIUM COLA - EIN PRAKTISCHES BEISPIEL FÜR DIE ZUKUNFT UNSERER ARBEIT?**

---

Andrea Karl  
Bachelor KJ HRGe Sozialwissenschaft  
Matrikelnummer: 361552

Nicolin Schmiedgen  
2-Fach Bachelor Germanistik und Soziologie  
Matrikelnummer: 331351

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Das Unternehmen Premium.....</b>	<b>3</b>
2.1 Philosophie.....	3
2.2 Unternehmensstruktur .....	4
2.3 Arbeitsstruktur.....	6
<b>3. Empirisches Interesse .....</b>	<b>6</b>
3.1 Forschungsfrage.....	6
3.2 Forschungsmethode.....	6
<b>4. Die theoretische Grundlage – Thesen.....</b>	<b>7</b>
<b>5. Ergebnisse.....</b>	<b>10</b>
5.1 Premium Cola als eine Alternative zum Lohnarbeitssystem.....	10
5.2 Premium Cola als Arbeit, die man wirklich will.....	11
5.3 Premium Cola als Gemeinwohlunternehmen.....	12
5.4 Premium Cola als praktische Umsetzung der digitalen Bohème.....	12
<b>6. Fazit.....</b>	<b>14</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>15</b>

## 1. Einleitung

Dass unser Lohnarbeitssystem ausgedient hat und wir auf dem Weg hin zu einer neuen Arbeit sind, ist nur eine These, wie sie Frithjoff Bergmann mit seinem Konzept der Neuen Arbeit vertritt (vgl. Bergmann: 79ff.). Daneben postulieren auch Wissenschaftler wie Ulrich Beck mit seiner Bürgerarbeit (vgl. Beck), sowie Sascha Lobo und Holm Friebe mit ihrer digitalen Bohème (vgl. Holm/Lobo) neue Arbeitsformen, die nicht denen der klassischen Lohnarbeit entsprechen. Betrachtet man diese Konzepte nun genauer, so stellen sich an vielen Stellen Fragen: Inwiefern lässt sich ein solches System, eine solche Idee realisieren? Sind die theoretischen Ansätze auch praktisch umsetzbar oder ist nur alles eine Spinnerei der Zukunft? Oder finden sich in unserer Zeit sogar bereits Unternehmen, die solche neuen Arbeitsformen durchführen?

Schaut man sich tatsächlich einmal in der Welt der Unternehmen um, so gibt es einige, die scheinbar aus dem Trott der Arbeitswelt und des Lohnarbeitersystems heraus kommen möchten. Durch einen persönlichen Kontakt sind wir auf das Unternehmen „Premium“ gestoßen. Kann dieses als ein praktisches Beispiel für andere Arbeitsformen unserer Zukunft – oder Gegenwart – dienen? Das Unternehmen an sich arbeitet in vielen Bereichen anders, als man es von herkömmlichen Getränkeunternehmen kennt. Wie genau Premium Cola aufgebaut ist und welche Philosophie dahinter steckt, soll im zweiten Kapitel näher beleuchtet werden. Doch wie sieht die Realität tatsächlich aus? Setzt Premium die Ansätze der Theorien um? Dies ist unsere konkrete Forschungsfrage, mit der wir uns nach der Vorstellung des Unternehmens näher beschäftigen werden. Hierzu werden Thesen basierend auf den verschiedenen Theorien aufgestellt, die es dann anhand empirisch gewonnener qualitativer Interviewdaten zu belegen gilt. Abschließend wird ein Fazit bezüglich der Ergebnisse gezogen.

## **2. Das Unternehmen Premium**

Gegründet wurde das Getränkeunternehmen 2001 in Hamburg von einer Interessensgruppe namens Premium.<sup>1</sup> Die Gruppe gründete sich überhaupt erst, da ein paar FreundInnen die alle KonsumentInnen von Afri-Cola waren, 1999 bemerkten, dass sich der Geschmack des Getränks völlig verändert hat und auch der hohe Koffeingehalt merklich gesunken ist. Die Recherche der Gruppe zeigte bald darauf, dass die Marke Afri von einem anderen Getränkeunternehmen gekauft und die Rezeptur verändert wurde. Das ursprüngliche Ziel der Gruppe war es, den neuen Inhaber von Afri-Cola dazu zu bewegen, zu der alten Rezeptur zurück zu kehren. Auch die für die KundInnen intransparente und schleichende Veränderung des Getränks wurde von Premium stark kritisiert. Das Engagement der Interessensgruppe blieb allerdings erfolglos, da der neue Inhaber der Marke nicht wieder zum ursprünglichen Rezept wechseln wollte. Durch Zufall bekam die Gruppe dann Kontakt zu einem ehemaligen Afri-Cola-Abfüller, der für sie 1000 Flaschen Cola nach dem alten Afri-Rezept herstellte. Daraus wurde dann quasi ein Selbstläufer und mündete letztendlich in der Gründung des eigenen Unternehmens.

Die Produktpalette umfasste zunächst nur die Cola. Seit neuestem wird auch Bier und Kaffee angeboten. Mittlerweile hat sich das Unternehmen dahin entwickelt, dass im Jahr 2010 640.500 Flaschen auf den Markt gebracht worden sind. Nach eigenen Angaben hat Premium seit der Gründung eine kontinuierliche jährliche Wachstumsrate von 50%. Premium-Cola gibt es in 84 Städten in Deutschland, in Österreich, in der Schweiz, sowie in der Slowakei.

### **2.1 Philosophie**

Das Unternehmen möchte zeigen, dass sich Moral und Wirtschaft nicht ausschließen, sondern sehr gut zusammen funktionieren können. Das bedeutet beispielsweise konkret: keine Ausbeutung von Menschen, keine Preisdrückung, bzw. allgemein keine Ellenbogenmentalität auf dem Markt. Premium setzt auf Nachhaltigkeit in allen Bereichen, ebenso wie auf Transparenz, bei der alle Beteiligten immer über sämtliche Vorgänge Bescheid wissen bzw. mitentscheiden dürfen. Gerade gegenüber der Gruppe der KonsumentInnen ist dies aus eigener Erfahrung sehr wichtig für

---

<sup>1</sup> Sämtliche Informationen über das Unternehmen stammen von [www.premium-cola.de](http://www.premium-cola.de).

das Unternehmen. Ein Beispiel hierfür ist z.B. das Veröffentlichen von Produktionsfehlern auf der Unternehmenshomepage. Premium möchte es bewusst anders machen als die großen Getränkeunternehmen, indem alle Stakeholder nach dem Konsensprinzip mit einbezogen werden.

Ein besonders interessanter Aspekt an dem Unternehmen ist, dass Premium selbst keine Maschinen, LKWs oder Abfüllanlagen besitzt. Produktion, Logistik und Handel werden komplett an Externe outsourct, die sozusagen als regelmäßige Auftragnehmer von Premium fungieren. Das Unternehmen Premium steuert die Organisationsstruktur und das Netzwerk in Form von einem sogenannten Betriebssystem (hierauf wird im nächsten Unterpunkt noch detaillierter eingegangen) bei. Premium selbst sagt über sich zusammenfassend, dass sie maximales Outsourcing bei maximalem Insourcing betreiben.

## 2.2 Unternehmensstruktur



Quelle: [www.premium-cola.de](http://www.premium-cola.de)

Das Premium-Betriebssystem besteht aus den drei Haupthandlungsfeldern Ökologie, Soziales und Ökonomie. Hinzu kommen noch die Felder Schutz und Transfer. Alle Felder sind jeweils nochmal in zahlreiche Module untergliedert. Auf Grund der Fülle werden im Folgenden nur ein paar Module exemplarisch aus den Haupthandlungsfeldern vorgestellt.

Im Bereich „Ökologie“ setzte Premium auf Optimierung. Die Cola-Flasche wird beispielsweise nur mit einem Etikett, statt der sonst üblichen drei, beklebt um Papier zu sparen. Selbstverständlich wird das Getränk auch nur in Mehrwegflaschen abgefüllt und in Mehrwegkästen verpackt. Das Unternehmen hat auch die CO<sub>2</sub>-Belastung pro Flasche herunter gerechnet, um es zu kompensieren. Neben der ausschließlichen Verwendung von Biozutaten für die Produktion, laufen beispielsweise auch alle Server für die digitale Arbeit von Premium zu hundert Prozent mit Ökostrom.

In dem Haupthandlungsfeld „Soziales“ spielt das bereits erwähnte Konsensprinzip im Kollektiv Premium eine große Rolle. Dies wird hauptsächlich praktiziert, damit Entscheidungen gerecht getroffen werden und um Minderheiten nicht zu benachteiligen. Bei Premium wird auch nicht nur auf einen Mindestlohn bei allen Beteiligten besonderen Wert gelegt, sondern auch auf einen Maximallohn, damit sich nicht eine einzelne Person auf Kosten der anderen bereichern kann. Ein weiterer interessanter Aspekt ist auch, dass Premium keinerlei schriftliche Verträge abschließt. Alles wird lediglich per Handschlag besiegelt und basiert rein auf Vertrauen. Nach eigenen Angaben sind Abmachungen mit diesem System viel stabiler, da beide Seiten zu jederzeit die Vereinbarung auflösen kann. Premium verzichtet ebenso komplett auf kommerzielle Werbung. Dies hat unter anderem den Grund, dass kein Geld von KonsumentInnen durch das Produkt eingenommen werden soll, welches wiederum in Werbung investiert wird, welche die KonsumentInnen eventuell als aufdringlich und störend empfinden können. Durch die Bereitstellung sämtlicher Informationen rund um das Unternehmen und die Produkte durch den Onlineauftritt setzt Premium ganz auf das Pull-Prinzip statt Push-Prinzip.

Das dritte große Haupthandlungsfeld „Ökonomie“ beinhaltet unter anderem die Leitlinie, dass keine Gewinnmaximierung angestrebt wird. Das bedeutet zum einen eine kostendeckende Kalkulation (also Löhne, Produktionskosten, Zutaten, Rücklagen etc.) und zum anderen auch Festpreise für die Produkte. Des Weiteren hat Premium auch einen Anti-Mengenrabat, durch den gezielt kleine, neueinsteigende regionale Händler unterstützt werden, um sich auf dem Markt gegenüber großen Händlern behaupten zu können.

Das Handlungsfeld „Transfer“ steht ganz im Zeichen „Gemeinsam statt Gegeneinander“, denn Premium bezeichnet sein Betriebssystem als Open-Franchise. Das bedeutet, es ist für jeden einsehbar und zugänglich und kann bzw. soll sogar von anderen Unternehmen übernommen werden, damit sich dieses alternative System möglichst weit verbreitet und etabliert.

Das letzte Handlungsfeld „Schutz“ soll im Prinzip das Kollektiv schützen. Neue KollektivistInnen bekommen nur zu allem Zugang und Einsicht, wenn sie mindestens eineN aufgenommeneN BeteiligteN persönlich kennen.

## **2.3 Arbeitsstruktur**

Premium ist im Prinzip ein virtuelles Unternehmen. Es gibt keine Geschäftsstelle als Hauptsitz oder feste Büros. Die Kommunikation verläuft online oder per Telefon. Man kann Premium als Mitmachmarke bezeichnen, denn es gibt kaum feste Angestellte. Stattdessen gibt es drei verschiedene Beteiligungsstufen, bei denen man selbst entscheiden kann wie viel oder wie wenig man sich einbringen möchte. Die Stufe des/der TippgeberIn ist die einfachste Art sich einzubringen. Hier gibt man dem Kollektiv Tipps, wo die Produkte angeboten werden sollen oder können. Auf dieser Stufe gibt es noch keinen Verdienst, da noch keine Flasche bewegt worden ist. Die nächste ist die StarteInnen-Stufe. Hier überzeugt man Gastronome oder Getränkehändler die Produkte anzubieten. Als Verdienst bekommt man eine Dankeskiste geschenkt. Die letzte ist die SprecherInnen-Stufe. Auf dieser Stufe betreut man die Läden, in denen Premium Produkte verkauft werden und dient als AnsprechpartnerIn. Dafür bekommt man 4 Cent pro bewegter Cola-Flasche.

## **3. Empirisches Interesse**

Wie eingangs bereits erläutert, geht es in dieser Arbeit nun aber nicht darum, das Unternehmen Premium Cola als solches einfach nur vorzustellen.<sup>2</sup> Doch wäre diese Arbeit dann in einem soziologischen Kontext, wie er hier gegeben ist, fehl am Platze. Somit soll nun nach der inhaltlichen Einführung das eigentliche Erkenntnisinteresse dargestellt werden.

### **3.1 Forschungsfrage**

Vielmehr sollen einige Konzepte, welche im Seminarzusammenhang besprochen wurden, zum Teil auch kritisch mit der praktischen Arbeitsweise von Premium Cola abgeglichen werden, um zu erfahren, inwiefern dieses Unternehmen ein praktisches Beispiel für die Zukunft unserer Arbeit darstellt und welche Aspekte sich in dem Konzept Premium Cola widerspiegeln.

### **3.2 Forschungsmethode**

Um dies heraus zu finden wurden drei verschiedene Akteure aus dem Unternehmen Premium heraus interviewt:

---

<sup>2</sup> Obgleich sich damit sicherlich eine ganze Reihe von Arbeiten füllen ließe.

- Steffen Heppt: Sprecher bei Premium Cola für den Bezirk Würzburg/Schweinfurt und selbst Gastronom im 'Brot und Spiele' in Schweinfurt
- Uwe Lübbermann: Einer der drei Initiatoren von Premium Cola
- Stefan Wilken: Gastronom im 'Plan B' in Münster

Die qualitativen Interviews wurden in dem ersten und letzten Fall persönlich geführt, mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet und anschließend transkribiert. In zweiten Fall wurde der Interviewleitfaden direkt ausgefüllt.<sup>3</sup> Die Fragen beschäftigten sich mit allgemeinen Fragen zu Form, Dauer und Vergütung der Arbeit bei und mit Premium Cola. Das Hauptaugenmerk lag dann aber auf drei theoretischen Fragen, bei denen die Interviewpartner kurze Thesen aus den Theorien von Bergmann, Beck und Holm/Lobo vorgelegt bekamen und dazu Stellung in Bezug auf Premium Cola nehmen sollten. Gleichzeitig ergaben sich aber auch aus den anderen Fragen wichtige Informationen, die auch in Bezug auf diese soziologisch ausgerichtete Fragestellung relevant und interessant waren.<sup>4</sup>

Um die unterschiedlichen Daten miteinander ver- und abgleichen und um so Schlüsse über Premium Cola und nicht nur über Einzelmeinungen ziehen zu können, wurden vier Thesen aufgestellt, bei denen von der Annahme ausgegangen wurde, dass alle Konzepte auf die praktische Arbeit bei Premium Cola zutreffen. Inwiefern dies dann tatsächlich zutrifft bleibt zu überprüfen.

#### **4. Die theoretische Grundlage – Thesen**

Bevor in Kapitel 5 eine solche Überprüfung anhand der Ergebnisse aus den Interviews stattfinden wird, soll nun aber zunächst auf die vier Thesen, welche zur Grundlage genommen wurden, gelegt werden.

Zuallererst sei hier auf die Annahmen Frithjof Bergmanns im Rahmen seines Konzepts der Neuen Arbeit eingegangen. Dort führt er als Ziel ebendieser eine Veränderung der Grundstrukturen des Systems an, indem er „die Arbeit so strukturieren will, dass das, was die Menschen arbeiten, in einem echten Zusammenhang mit ihren natürlichen Neigungen und ihren ausgebildeten Talenten steht“ (Bergmann: 95). Und als ein solches System sieht er eben gerade nicht das Lohnarbeitssystem, mit dem Armut und Arbeitslosigkeit, aber

<sup>3</sup> Aus Zeitgründen war hier ein persönliches Treffen von unserer Seite leider nicht möglich.

<sup>4</sup> Der komplette Fragenkatalog, sowie die Transkripte befinden sich im Anhang.

auch Leistungsdruck einhergeht (vgl. Bergmann: 84ff.). Zudem gäbe es viel zu viel Arbeit, die eigentlich nicht getan werden müsste, sondern von Maschinen erledigt werden könnte. Auf der anderen Seite würden einige Bevölkerungsgruppen – die Alten und die Jungen – kategorisch von Arbeit durch die Rente oder die Jugend ausgeschlossen werden. Dies geht damit einher, dass man Arbeit als „milde Krankheit“ ansieht, die aus dem eigentlichen Leben ausgeklammert wird, mit der man aber durchaus leben kann – und auch leben muss, da man dadurch ja sein Brot verdient. Das Lohnarbeitssystem sei deshalb ein Instrument der politischen und sozialen Machtausübung (vgl. Bergmann: 91). Um dieser „Pathologie des Lohnarbeitssystems“ (vgl. Bergmann: 83) entgegenwirken zu können sei nur eine komplette Alternative ebendessen im Ganzen möglich. Aus dieser Annahme leitet sich unsere erste These ab, die für Premium Cola ein solches alternatives System annimmt.

***These 1: Premium Cola stellt eine Alternative zum Lohnarbeitssystem dar.***

Ein solches neues System der Arbeit, sei ein System, „welches es Menschen erlaubt, eine Arbeit zu leisten, die sie leisten *möchten* und manchmal sogar *lieben*“ (vgl. Bergmann: 89) und in dem der „Armut der Begierde“ (vgl. Bergmann: 134ff.) gerade damit entgegengetreten wird, dass jeder eine Tätigkeit verrichtet, die er „wirklich und wahrhaftig“ tun möchte (vgl. ebd.). Diese Arbeit, die man wirklich, wirklich will hat sich bereits zum geflügelten Wort der Neuen Arbeit entwickelt. Daraus ergibt sich nun unsere zweite These:

***These 2: Premium Cola arbeitet in Richtung einer 'Arbeit, die man wirklich will'.***

Mit der folgenden These gehen wir dann auf einen anderen Theorieansatz ein, nämlich den Ulrich Becks mit seinem Konzept der Bürgerarbeit und dem damit verbundenen Gemeinwohlunternehmer. In diesem sieht er die „Schlüsselidee der Bürgerarbeit“, nämlich dass „das Unternehmerische mit der Arbeit für das Gemeinwohl verbunden werden sollte und kann“ (Beck: 428). Einen Gemeinwohlunternehmer zeichnet dabei sein sozialer Charakter, sowie die sozialen Ergebnisse der Arbeit aus. Gleichwohl ist er aber „Spezialist [...] in der Schaffung und Nutzung sozialen Kapitals – in Gestalt von Beziehungen, Netzwerken, Vertrauen und Kooperation. Ein weiterer wesentlicher Punkt ist,

dass Gemeinwohlunternehmen nicht profitorientiert sind, sowie dass sie schließlich auch zur Mitarbeit motivieren (vgl. Beck: 429f.). Inwiefern diese Kriterien auf Premium zutreffen, ist mit der dritten These zu überprüfen.

***These 3: Premium ist ein Beispiel für ein Gemeinwohlunternehmen.***

Und auch ein drittes Konzept soll in diese Forschungsarbeit mit aufgenommen werden: das der Digitalen Bohème, wie es von Holm Friebe und Sascha Lobo in ihrem Buch „Wir nennen es Arbeit“ vertreten wird. Sie gehen davon aus, dass durch die technologischen Errungenschaften und die leichte, omnipräsente Zugänglichkeit zum Internet sich eine neue (Arbeits-)Kultur herausgebildet hat, die sie die Digitale Bohème nennen. Darunter verstehen sie genau die Gruppe, die sich nicht an feste Arbeitsplätze und -verträge bindet, sondern entgegen der oder zusätzlich zur Festanstellung auf digitalen Wegen und mit dem Wissen um Vermarktungsstrategien ihren eigenen Zielen entgegen arbeiten (vgl. Holm/Lobo: 241ff.). Das Internet stellt dabei ein wichtiges – wenn nicht das wichtigste – Medium dar, da es den einzelnen Akteuren erlaubt miteinander in Kontakt zu treten, wie auch neue Marktplätze eröffnet. Und auf diesen virtuellen Marktplätzen geht es dann nicht mehr allein darum Mainstream-Massen-Ware zu verkaufen, sondern durch das virtuelle Raumangebot bleibt auch Platz für Nischenprodukte, nach denen aber durchaus eine Nachfrage besteht (vgl. Holm/Lobo: 213ff.). Und dabei findet sich nicht nur der IT-Spezialist, sondern „alle Arten von Fähigkeiten, von Geisteskraft sind darin vertreten“ (Holm/Lobo: 230). Eine Belohnung erfolgt teilweise auch finanziell (etwa bei regen Ebay-Verkäufern), aber vor allem auch durch den Erfolg der eigenen Projekte (vgl. Holm/Lobo: 233f.). Inwiefern finden sich auch bei Premium Anhänger einer solchen digitalen Bohème, die von zu Hause aus auf dem Weg des Internets das Produkt Premium vermarkten und verkaufen? Dies ist das Anliegen der vierten These:

***These 4: Premium Cola setzt das System der digitalen Bohème praktisch um.***

## 5. Ergebnisse

Nachdem nun der theoretische Rahmen und damit die inhaltliche Grundlage des Forschungsinteresses in vier Thesen abgesteckt wurde, soll anhand dieser überprüft werden, inwiefern die Realität des Unternehmens Premium mit diesen theoretischen Annahmen übereinstimmt.

### ***5.1 Premium Cola als eine Alternative zum Lohnarbeitssystem***

Mit dem Blick auf die erste These zeigt sich in Bezug auf die geführten Interviews, dass genau diese die wohl schwierigste ist. Obgleich Premium Cola kaum Gewinne einführt und diese wenn auch wieder direkt an die einzelnen Akteure verteilt weiter gegeben wird, ist das System doch an einer Entlohnung ausgerichtet. Gerade dadurch, dass der Gewinn unter den Beteiligten aufgeteilt wird, zeigt sich, dass eine Entlohnung für die Arbeit bei Premium vorgesehen ist, auch wenn diese eher indirekt über überzeugte Kunden und bewegte Flaschen läuft: sobald man neue Lokalitäten zum Vertrieb vom Premium Cola ausmachen kann und es auch tatsächlich zur Lieferung und zum Verkauf von Flaschen kommt, erhält der Vermittelnde eine Vergütung von aktuell 4 Cent pro Cola-Flasche.<sup>5</sup> Premium Cola ist es dabei bereits von seiner grundlegenden Philosophie her wichtig, seine Mitarbeiter fair und gerecht zu entlohnen.

Tatsächlich leben kann davon aber momentan kaum jemand. Uwe Lübbermann ist der einzige, der momentan von seiner Arbeit bei und mit Premium Cola alleine leben kann. Sein Lohn setzt sich aus den üblichen Entlohnungen der einzelnen Produkte zusammen. Damit verbunden ist dementsprechend auch ein zum Teil sehr hoher Zeitaufwand – bis zu 80 Stunden pro Woche. Lübbermann gibt auch an, dass die Arbeit den Lohn zum Teil noch deutlich übersteigt. Damit bestätigt er, was auch Steffen Heppt in seinem Interview vermittelt: Leben kann man von der Entlohnung der Arbeit bei Premium Cola nicht, es handelt sich vielmehr für ihn um ein weiteres Standbein, welches einen Zuschuss zum üblichen Gehalt bietet. Somit fällt es insgesamt schwer zu sagen, dass Premium Cola eine Alternative zum klassischen Lohnarbeitssystem darstellt.

---

<sup>5</sup> Pro Flasche Bier sind es 2 Cent, pro Päckchen Kaffee 80 Cent.

Dennoch scheint bei Premium Cola Arbeit nicht gleich materieller Lohn zu sein. Man kann hier statt Entlohnung vielleicht besser von einer Belohnung sprechen, denn Heppt wie auch Lübbermann geht es nicht vorrangig um das Geld, dass sie für ihre Arbeit erhalten, sondern vielmehr um die Idee, die dahinter steht. Lübbermann spricht hier etwa von Löhnen die nicht sichtbar sind: die Stabilität des ganzen Systems und das Gefühl, für Weltverbesserung bezahlt zu werden. Die Idee hinter dem Produkt ist, neben dem Geschmack, auch für Wilken als Gastronom ein wichtiger Grund dafür das Produkt zu vertreiben. Auch wenn damit lange nicht so viel Umsatz gemacht wird, wie mit anderen Produkten. Damit wird auf jeden Fall eine neue, alternative Sichtweise auf das Lohnarbeitssystem gelegt, die den Fokus weniger auf die Gleichung Arbeit gleich Geld, sondern vielmehr auf Arbeit gleich Mehrwert legt.

## ***5.2 Premium Cola als Arbeit, die man wirklich will***

Mit der veränderten Sichtweise auf die Entlohnung der Arbeit geht auch ein alternativer Blick auf die Arbeit an sich einher. Dadurch, dass man nicht arbeitet, um damit seinen Lebensunterhalt sichern zu können müssen andere Gründe, eine andere Motivation vorhanden sein, welche die einzelnen Akteure im System Premium Cola zu ihrer Mitarbeit veranlasst. Diese Beweggründe wurden bereits angesprochen: es ist vor allem das Gefühl, sich für ein gutes Projekt – und damit auch ein Stückchen Weltverbesserung – einzusetzen. Das Unternehmen Premium entstand dabei aus einer fixen Idee, die zunächst von ihren Gründern auch gar nicht ernst, aber dennoch in Angriff genommen wurde. Durch eine wachsende Resonanz und positive Erfahrungen steht Premium Cola heute da, wo es ist. Und Uwe Lübbermann bezeichnet seine Arbeit heute als seinen absoluten Traumjob. Für ihn ist sein Engagement bei Premium sicherlich eine Arbeit, die er wirklich will. Nun ist er aber einer der Hauptakteure des Unternehmens Premium. Wie sieht es bei den einzelnen Mitwirkenden aus? Bei diesen kann man sagen, dass sie sich wie Steffen Heppt freiwillig, meist der Ideologie wegen, engagieren und dies – wie im vorherigen Kapitel bereits erwähnt – in der Regel auch eher ehrenamtlich (mit einer kleinen Entlohnung durch den Umsatz) tun. Somit kann man davon ausgehen, dass jeder, der sich am System Premium Cola betei-

ligt, dies auch möchte. Ob dabei jeder aber wirklich einem inneren, nach außen drängende Wunsch und Willen folgt bleibt fraglich. Denn immerhin handelt es sich bei Premium Cola doch eher um ein Mitmachsystem, bei dem zwar jeder im Kollektiv mitentscheiden darf, aber doch nicht etwas komplett Eigenes in die Tat umsetzt.

### **5.3 Premium Cola als Gemeinwohlunternehmen**

Hinsichtlich der Kriterien, die anhand Beck oben zusammengefasst wurden kann man ohne Probleme von Premium Cola als einem Gemeinwohlunternehmen sprechen. Die Zielsetzung des Unternehmens ist definitiv am Gemeinwohl orientiert (vgl. Kapitel 2) – das sehen auch alle Beteiligten so. Sowohl die Arbeit, wie auch die Produktion und Vermarktung laufen fair, sozial und gerecht, denn dies ist eines der Hauptanliegen von Premium Cola. Und auch der Versuch, das System längerfristig zu verändern läuft schließlich auf das Gemeinwohl aller hinaus, da in allen Bereichen versucht wird, für den Einzelnen und das Kollektiv möglichst gut zu handeln. Gleichzeitig möchte das Unternehmen aber keine großen Gewinne einfahren, sondern diese gleichmäßig auf jeden einzelnen Mitwirkenden aufteilen, was aber auch nicht im Mittelpunkt steht. Von daher wird zwar ein gewisser, wenn auch geringer, Gewinn gemacht, gleichwohl kommt Premium Cola einem non-profit-Unternehmen doch nahe. Und auch das „soziale Kapital“ wird auf vielfältige Weise geschaffen und genutzt, denn die Kooperationen und Netzwerken zu anderen Getränkefirmen, das Open-Franchise-Konzept, die Mitbestimmung des Kollektivs – das System Premium baut auf genau diese sozialen Ressourcen.

### **5.4 Premium Cola als praktische Umsetzung der digitalen Bohème**

Mit diesem Netzwerkgedanken sind wir auch schon bei unserer vierten These angelangt. Es ist gerade auch bezeichnend für Premium Cola, dass es kein eigentliches Büro und keinen direkten Firmensitz gibt, sondern dass jeder Beteiligte von zuhause aus am PC, unterwegs per Laptop oder Smartphone, etc. am System mitwirken kann. Dabei gibt es auch keine festen Verträge oder Angestelltenverhältnisse, es geht vielmehr darum jedem, der mit-

machen und mitmischen möchte, dies auch zu ermöglichen.

Für die meisten hat sich damit aber der feste Arbeitsalltag im Büro o.ä. noch nicht aufgelöst, da in der Regel neben Premium Cola auch noch eine andere Beschäftigung ausgeübt wird. Uwe Lübbermann, dessen Hauptberuf Premium darstellt, arbeitet selbst in einem privaten Büro in seiner Wohnung. Er betont außerdem auch, dass sich seine Arbeit und der 'Rest' oft gar nicht voneinander unterscheiden lassen. Die beiden Bereiche, die von Vielen getrennt voneinander gesehen werden, gehen also bei dieser Art der Arbeit ineinander über, was aber keineswegs negativ zu sehen ist. Vielmehr werden die Möglichkeiten des Internets und moderner Kommunikationsmittel genutzt, um ein möglichst großes Netzwerk aus StarterInnen, GastronomInnen, KonsumentInnen, etc. zu bedienen.

Dieses Netzwerk kann schließlich aber nicht nur auf einer virtuellen Ebene bleiben. Die Cola wie auch die anderen Produkte des Unternehmens müssen auch real für den Konsum produziert und vermarktet werden. Und gerade für den Kontakt zu den einzelnen Kunden – vor allem den GastronomInnen und den HändlerInnen – und für die Werbung ebendieser bedarf es in der Regel aber doch immer noch den persönlichen Kontakt, indem man mögliche Interessenten anspricht, ihnen das Produkt vorstellt, usw. Allerdings wachsen auch die Möglichkeiten des Internets, um „persönlich“ in Kontakt zu treten. Steffen Heppt führt hier etwa den Internettelefonie-Dienst Skype an, über den man per Videokonferenz miteinander in Verbindung treten kann. Dies mache das ganze doch schon näher. Selbstverständlich ließe sich auch das System der Vermarktung von Premium Cola noch weiter spinnen, bis ein direkter, persönlicher Kontakt gar nicht mehr von Nöten wäre. Doch schätzt Heppt eben auch, die Menschen hinter Premium Cola, hinter der Webcam oder am anderen Ende des Hörers real kennen zu lernen – wie etwa bei dem Vernetzungstreffen in Basel.

Dies spricht allerdings nicht dagegen, dass das Unternehmen Premium Cola die Digitale Bohème praktisch umsetzt. Ganz im Gegenteil, es zeugt eher von dessen Erfolg. Denn wahrscheinlich hat genau diese Gegebenheit – die Verbreitung der ursprünglichen Idee mit einer durch die Möglichkeiten des Internets, das ja an sich keiner großen Investitionen bedarf – den Erfolg des

Produkts Premium Cola erst möglich gemacht.

## **6. Fazit**

Zusammenfassend kann man sagen, dass zwar nur eine der vier Thesen (These 3) in Gänze zutrifft, die restlichen drei Thesen jedoch nicht komplett widerlegt werden.

Die komplette Entkoppelung von der Lohnarbeit scheint auch bei dem Unternehmen Premium schwer umsetzbar zu sein. Doch die Tatsache, dass für die meisten Beteiligten das eigentliche Engagement für eine gute Sache im Vordergrund steht und nicht das Geld, legt zumindest eine neue alternative Sichtweise auf das Lohnarbeitssystem offen. Das Konzept der digitalen Bohème findet sich zumindest rein auf das Unternehmen Premium bezogen wieder. Auch wenn zahlreiche Beteiligte neben ihrem Engagement für Premium noch Jobs mit konventionellen Arbeitsstrukturen, wie z.B. Büros mit festen Arbeitsplätzen, inne haben.

In Bezug auf die Forschungsfrage lässt sich abschließend sagen, dass anhand der Ergebnisse der Untersuchung und des Abgleichs zwischen dem Unternehmen Premium und den verschiedenen Theorien und Konzepten zur Zukunft unserer Arbeit, zumindest Mischformen aus allen Konzepten durchaus praktisch umsetzbar und eine neue mögliche zukünftige Arbeitsform sind. Im Fall Premium scheint solch eine Mischform für alle Beteiligten sogar sehr gut zu funktionieren.

## Literaturverzeichnis

Beck, Ulrich (2000): Die Seele der Demokratie: Bezahlte Bürgerarbeit. In: Ulrich Beck (Hrsg.): Die Zukunft von Arbeit und Demokratie. Frankfurt/Main, S. 416-447.

Bergmann, Frithjof (2004): Neue Arbeit, Neue Kultur. Freiamt, S. 79-146.

Friebe, Holm und Sascha Lobo (2006): Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung. München, S. 21-43, S. 213-263.

Premium Cola: URL: <http://premium-cola.de/> (Stand: 21.08.2011)