

Faire Arbeit in der Crowd

Gestaltungsfelder guter
Arbeitsbedingungen



Expertise

Berlin, Juni 2016

Herausgeber:

ArbeitGestalten

Beratungsgesellschaft mbH, Ahlhoff

Albrechtstr. 11a

10117 Berlin

Telefon: 030 / 2 80 32 08 – 6

E-Mail: info@arbeitgestaltengmbh.de

www.arbeitgestaltengmbh.de

Die Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“ wurde im Rahmen des Projektes *Joboption Berlin* erstellt.

Das Modellprojekt *Joboption Berlin* wird im Rahmen des Programms *BerlinArbeit* der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen durchgeführt und aus Mitteln des Landes Berlin gefördert.

Vorwort	3
1. Einführung	4
1.1 Kontext und Ziele	4
1.2 Vorgehensweise	5
2. Begriffserläuterungen und -erklärungen	7
2.1 Crowdfunding – Crowdsourcing	7
2.2 Formen digitaler Arbeit	11
2.3 Umfang und Bedeutung von Crowdfunding und Crowdsourcing	12
3. Crowdfunding-Plattformen in Berlin	17
4. Einschätzungen und Meinungen aus den Interviews	19
4.1 Sichtweise der Crowdworker	19
4.2 Sichtweisen von Crowdfunding-Plattformen	25
4.3 Sichtweise eines Unternehmens / Crowdsourcers	29
4.4 Crowdfunding und Crowdsourcing aus Sicht der Wissenschaft	30
4.5 Zusammenfassende Erkenntnisse aus den Interviews	32
5. Standortbestimmung und Gestaltungsbedarfe – Ergebnisse der Workshops	36
5.1 Standortbestimmung und Lokalisierung des Gestaltungsbedarfs	36
5.2 Themenfeld faire Entlohnung	37
5.3 Themenfeld Transparenz	41
5.4 Themenfeld Qualifikation	42
5.5 Themenfeld Interessenvertretung	43
6. Schlussbetrachtung	44
Literatur	48

Sehr geehrte Damen und Herren,

die digitale Transformation verändert die Arbeitswelt rasant und begünstigt das Entstehen neuer Arbeitsformen. So wandelt sich die Art und Weise des Arbeitens jenseits klassischer Formen des Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverhältnisses.

Einige Arbeiten, die bis vor kurzer Zeit noch von Menschen erbracht wurden, können bereits heute durch intelligente Technik bewerkstelligt werden. Dafür sind neue Arbeitsformen wie das Crowdworking entstanden. Das Phänomen Crowdworking steht für strukturelle Umwälzungen in der Arbeitswelt. So wird das Modell des „Crowdsourcing“ – des Auslagerns von Arbeitsschritten via Online-Plattform – für Unternehmen immer interessanter.

Crowdworking wiederum eröffnet einen Arbeitsmarkt für viele Menschen, der nicht an nationale Grenzen gebunden ist. Der Zugang zu Crowd- oder Cloudarbeit ist niedrigschwellig und die Arbeit kann orts- und zeitunabhängig verrichtet werden.

Das kann die Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit und familiären Verpflichtungen erleichtern und auch bei persönlichen Einschränkungen eine Möglichkeit zur Teilhabe am Arbeitsmarkt bieten. Jedoch ist bislang die Arbeitsbeziehung beim Crowdworking noch weitgehend unreguliert. Es fehlen bedeutsame Schutzrechte und die Möglichkeiten der sozialen Absicherung.

Wir müssen uns die Frage stellen, wie wir mit neuen Entwicklungen und Chancen von Arbeit umgehen und wie wir sie gestalten wollen.

Der von mir im September vergangenen Jahres angestoßene Dialogprozess „Arbeit 4.0 – made in Berlin“ hat es sich zum Ziel gemacht, den breiten Diskurs über die neuen Formen der Arbeit anzustoßen. Meine Überzeugung

ist, dass stets technische mit sozialer Innovation einhergehen muss.

Daher habe ich ein Begleitgremium initiiert, das sich der Gestaltung „fairer Arbeit in der Crowd“ aus verschiedenen Perspektiven nähert. Durch den Dialog werden verschiedene Sichtweisen eingebunden und mögliche Gestaltungsfelder identifiziert, wie beispielsweise Qualitätskriterien für eine Plattform.

Mit der vorliegenden Expertise wird der Prozess zur Definition von Qualitätskriterien in der Crowd konkretisiert. Auch hier haben sich relevante Berliner Akteurinnen und Akteure an den Workshops und Interviews engagiert beteiligt. Dafür bedanke ich mich sehr.

Mit der Veröffentlichung dieser Expertise möchten wir Sie einladen, sich an der weiteren Diskussion zur Gestaltung von Qualitätsanforderungen in der Crowd zu beteiligen. In dem nun folgenden Dialogprozess werden die möglichen politischen Handlungsfelder weiter konkretisiert, um Kriterien für die faire Gestaltung von Crowdwork abzuleiten und so eine Qualitätsoffensive anzustoßen.

Ich freue mich auf den weiteren konstruktiven und anregenden Austausch.



Dilek Kolat

Senatorin für Arbeit, Integration und Frauen
des Landes Berlin

1. Einführung

1.1 Kontext und Ziele

Die Digitalisierung – auch skizziert als die Revolution des 21. Jahrhunderts – umfasst den gesamten Lebensalltag, die Arbeitsprozesse in der Industrie ebenso wie die in den Dienstleistungsbereichen.

Im Zuge dieses tiefgreifenden Umbruchs entstehen völlig neue Arbeitsformen wie das plattformorientierte Arbeiten – hier wird die Arbeitswelt 4.0 in ihren Umrissen erkennbar. Noch ist unbekannt, wohin der Weg bei der rasant wachsenden Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien und zunehmender intelligenter Technik führt. Es zeigen sich offene Fragen, die intensiver Dialoge und einer Klärung bedürfen. Welche Chancen und Risiken eröffnen sich für wen? Welche Gestaltungspotenziale wollen wir nutzen? Auch hierfür sind angemessene Antworten zu finden.

Dies trifft auch und vor allem auf das Crowdsourcing zu, welches als „radikalste Form der Digitalisierung von Arbeit“¹ beschrieben wird, zumal das Konzept Crowdworking die Grundpfeiler der analogen Arbeitswelt in ihrer prägenden Kraft in Frage stellen und letztlich auch erheblichen Konkurrenz- und Wettbewerbsdruck in der Welt der Arbeit erzeugen wird.²

Mit der Veröffentlichung des Grünbuchs *Arbeiten 4.0* im April 2015 eröffnete das Bundesministerium für Arbeit und Soziales eine breite gesellschaftliche Debatte um die Gestaltung der Arbeitswelt von Heute, Morgen

¹ Benner, Christiane: „Crowdsourcing: Die radikalste Form von Digitalisierung der Arbeit – Eine Herausforderung für gewerkschaftliches Handeln“, in: Schröder, Lothar / Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Gute Arbeit Ausgabe 2016: Digitale Arbeitswelt – Trends und Anforderungen*, Bund Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2016, S. 129.

² Vgl. Schröder, Lothar: „Die Digitalisierung der Arbeitswelt – ein Blick zurück nach vorn“, in: Schröder, Lothar / Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Gute Arbeit Ausgabe 2016: Digitale Arbeitswelt – Trends und Anforderungen*, Bund Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2016, S. 52.

und Übermorgen.³ Wie kann gute Arbeit bei einer zunehmenden Digitalisierung und steigenden Anforderung an Flexibilität, durch Entgrenzung und internationale Arbeitsteilung gestaltet werden? Welche Rahmenbedingungen müssen gegeben sein, damit Beschäftigte den Qualifizierungsanforderungen während ihrer gesamten Erwerbsbiografie entsprechen können? Welche Chancen werden eröffnet, um künftig Arbeit stärker an den individuellen Zeitbedarf von Lebensphasen der Beschäftigten zu orientieren? Dies sind nur einige Aspekte, die in der Debatte zum tief greifenden und alle Bereiche umfassenden Strukturwandel der Arbeit diskutiert werden. Dabei geht es nicht um einen Dialog, der gedanklich an den technischen Möglichkeiten ansetzt. Vielmehr sind die Leitlinien die Fähigkeiten und Ansprüche der Menschen an Arbeit. Die Sozialpartner sind aufgerufen, gemeinsam die Zukunft der Arbeit im Sinne der Humanisierung der Arbeitswelt zu gestalten.

Die Berliner Bürgermeisterin und Senatorin für Arbeit, Integration und Frauen, Dilek Kolat, hat den vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales angestoßenen Dialogprozess zur Zukunft der Erwerbsarbeit aufgegriffen und mit lokalem Bezug vertieft. Gesprächsrunden mit Expertinnen und Experten und die Metropolenkonferenz *Arbeit 4.0 – made in Berlin* im Dezember 2015 verdeutlichen die Bandbreite des Wandlungsprozesses der Arbeitswelt durch fortschreitende Digitalisierung und innovative Technik. Die Initiative *Arbeit 4.0 – made in Berlin* macht deutlich, dass die Hauptstadt geradezu prädestiniert ist, eine Vorreiterrolle im digitalen Wandel der Arbeitswelt einzunehmen. Berlin als Metropolregion sei als Reallabor geeignet, weil „die spezielle Mischung aus jungen Menschen, Universitäten, Stadtkultur, Startups, Industrie und Dienstleistung für eine fruchtbare Umwelt für die weiteren Entwicklungen in Richtung Arbeit

³ Vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.): *Arbeit weiter denken – Grünbuch – Arbeiten 4.0*, Berlin 2015.



Impressionen aus den Workshops

4.0“ stehe.⁴ Den Wandlungsprozess aktiv zu gestalten und die fortschreitende Digitalisierung zur Schaffung guter Arbeitsbedingungen in Berlin zu nutzen, ist die umfassende Herausforderung des Dialogprozesses.

Ein Erscheinungsbild der sich rasch ändernden Arbeitswelt zeigt sich in der digital erbrachten Dienstleistung Crowdworking. Berlin als „Gründerhauptstadt“ hat die höchste Anzahl von Start-ups in Deutschland⁵ – ein idealer Ausgangspunkt, um Neues zu erforschen, zu prüfen und zu entwickeln. Dies bedingt auch neue Formen der Beschäftigung, die hier früh offensichtlich werden. In der Stadt hat sich in den letzten Jahren eine große Anzahl von Unternehmen angesiedelt, die Arbeit digital vermitteln. Die kleinen bis mittleren Betriebe wirken als Intermediäre, die Arbeitsaufträge lokal oder global an eine umschriebene Gruppe von Menschen vergeben (sog. Crowd). Wie sich die Arbeitsbeziehungen in dieser digitalen Arbeitswelt darstellen und welche Chancen, Potenziale und Handlungsbedarfe zur Gestaltung von fairer Beschäftigung sich daraus ergeben, waren die Fragen, die im Dialogprozess im Zuge der Erarbeitung dieser

⁴ Konferenzdokumentation Metropolenkonferenz „Arbeit 4.0 – made in Berlin“, Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen (Hrsg.), Berlin 2016, S. 5.

⁵ Vgl. Ripsas, Sven / Tröger, Steffen: *Deutscher Startup Monitor 2015*, KPMG in Deutschland (Hrsg.), Berlin 2015, S. 15.

Expertise mehr und mehr in den Mittelpunkt rückten.

Ein von der Senatorin Dilek Kolat eingerichtetes Begleitgremium Crowdsourcing, dem Vertreterinnen und Vertreter von Gewerkschaften, Verbänden, Crowdworking-Unternehmen und Wissenschaft angehören, wirkte in diesem Prozess mit.

Als ein Ergebnis der Diskussion in diesem Gremium entstand der Wunsch, mit der Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“ Crowdworking in Berlin näher zu beleuchten und Gestaltungsbedarfe und -wege von fairer Arbeit zu identifizieren. Das Hauptaugenmerk dieser Arbeit gilt der reinen digitalen Arbeitsform, die am Smartphone, am Laptop oder am PC durchgeführt wird. Die sogenannte Gig Economy (digital vermittelte Kurzzeitjobs mit lokalem Bezug) wurde, da dieser andere Geschäftsstrukturen zugrunde liegen, zunächst nicht berücksichtigt.

Die Initiative der Senatorin für Arbeit, faire bzw. gute Arbeit für Crowdworker zu gestalten, ermöglichte eine bundesweit erstmals breite Beteiligung auf Landesebene zur möglichen Ausformung von digitaler Arbeit.

1.2 Vorgehensweise

Die Arbeitsform Crowdsourcing bzw. Crowdworking ist noch relativ jung. Crowdworking verbreitete sich weltweit sehr schnell und das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft. Smartphones ermöglichen es jedem Menschen überall auf der Welt nach einer kurzen Anmeldung bei einer Plattform als Crowdworker tätig zu sein. Es gibt keine Grenzen oder nationales Arbeitsrecht, die die Arbeitsbeziehungen in der Crowd bestimmen. Die IG Metall schätzt, dass in Deutschland bereits eine Million Crowdworker tätig sind. Crowdworking ist Arbeit on demand, bei Bedarf. Grundsätze des deutschen Arbeitsrechts wie Mindestlohn, Kündigungsschutz, Streikrecht, Urlaubsanspruch, Rente und Lohnfortzahlung im Krankheitsfall kommen bei der digitalen Arbeit in der Crowd nicht vor. Der Amerikaner Lukas Biewald, Gründer der Plattform Crowdfunder, machte dazu folgende Aussage: „Bevor es das Internet gab, wäre es sehr schwierig gewesen, jemanden zu finden, der zehn Minuten für einen arbeitet und den man nach diesen zehn Minuten wieder feuern kann.“⁶ Trotz dieser sehr ernüchternden Äußerung bietet die Arbeit in der Crowd auch Potenziale und Chancen, die es bisher in dieser Form am Arbeitsmarkt nicht gab. Umso wichtiger ist es, sich frühzeitig in eine Diskussion einzubringen, die sich Gedanken zu einer fairen Gestaltung der Arbeitsbeziehung in der Crowd macht.

Zur Annäherung an die Thematik folgt zunächst im **zweiten Kapitel** nach einleitenden Begriffserläuterungen eine zusammenfassende Darstellung der Erkenntnisse aus aktuellen Studien zum Crowdsourcing bzw. Crowdworking. Diese bieten einen vertieften Einblick in die Motive, Interessenlage und Arbeitsweise von nur schwer zu ermittelnden Unternehmen, die Crowdsourcing nutzen, bzw. zu soziodemografischen Daten von Crowdworkern, die ebenso nur über Plattformen erreichbar sind.

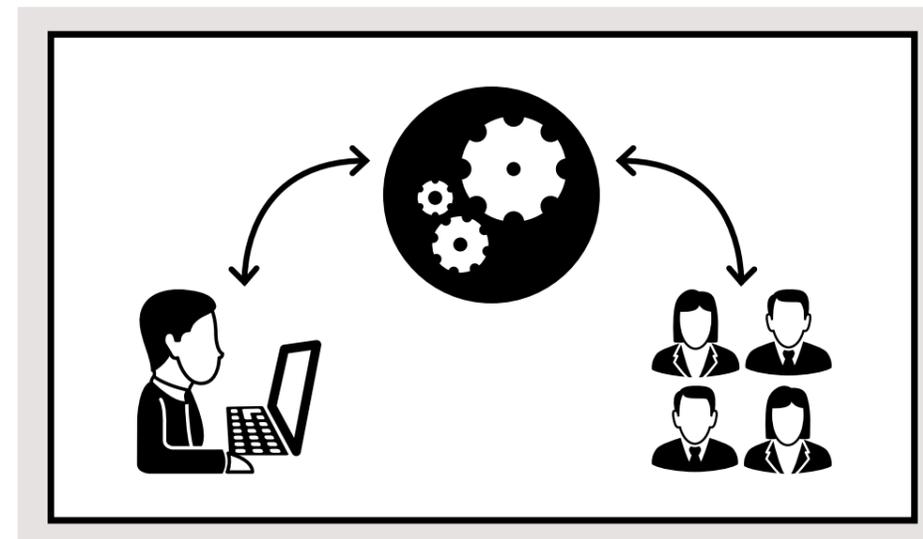
Im **dritten Kapitel** werden einige Crowdworking-Plattformen mit Sitz in Berlin vorgestellt, um einen Blick in die Crowdworking-Landschaft der Hauptstadt zu gewähren.

Das Anliegen, Handlungsfelder und Merkmale der Gestaltung von fairer Arbeit in der Crowd zu identifizieren, erfolgte mittels explorativer Interviews mit neun Akteurinnen und Akteuren, die über fundierte Fach- und Sachkenntnisse auf dem Gebiet des Crowdworkings und des Crowdsourcings verfügen.

In drei Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern von Crowdworking-Plattformen, Verbänden, Gewerkschaften, Wissenschaft und der Senatsverwaltung für Arbeit wurde der Berliner Diskussionsprozess um die neue digitale Arbeitsform vertieft. Die Erkenntnisse und Ergebnisse der Interviews sind im **vierten Kapitel**, der Diskussionsverlauf in den Workshops und die herausgearbeiteten Gestaltungsfelder für eine *faire Arbeit in der Crowd* sind im **fünften Kapitel** der Expertise zusammenfassend dargestellt.

Ferner muss an dieser Stelle noch betont werden, dass es im Rahmen dieser Expertise nicht um eine Betrachtung der Rechtsformen und sozialen Sicherungssysteme gehen kann, welche durch das Crowdworking vor neue Herausforderungen gestellt werden, da diese Fragen einer Beantwortung auf Bundesebene bedürfen.

Allen Mitwirkenden ein herzliches Dankeschön.



Internes Crowdsourcing

2. Begriffserläuterungen und -erklärungen

In Zeiten des digitalen Wandels, der ohne Frage bereits weit fortgeschritten ist, hat die Digitalisierung längst auch die Arbeitswelt erreicht. Aufgaben werden an Computern erledigt und Projekte über vernetzte Rechner realisiert, Kommunikation findet über WhatsApp, E-Mail und Skype statt, und Marketing und Vertrieb von Produkten erfolgen über Blogs und Onlineshops – das Internet ist dabei stets allgegenwärtig und nicht mehr wegzudenken. All dies gehört inzwischen zum Alltag der meisten Unternehmen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie Selbstständigen. Verhältnismäßig neu hingegen sind die Arbeitsform des Crowdworkings sowie der Prozess des Crowdsourcings. Um diese beiden Wortneuschöpfungen zu erläutern, bedarf es einer Untersuchung des Ursprungs der Terminologie.

2.1 Crowdworking – Crowdsourcing

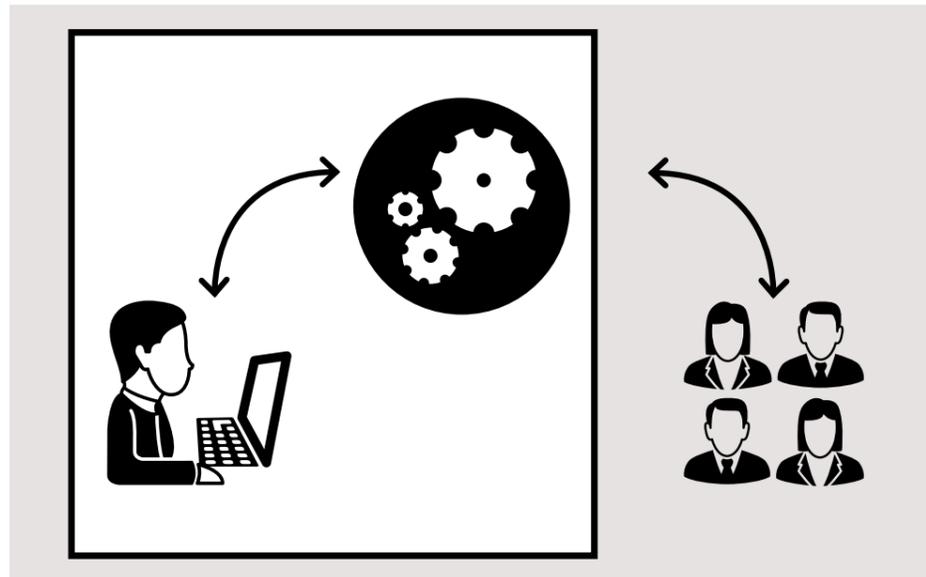
In diesem Jahr feiert der Begriff Crowdsourcing bereits seinen zehnten Geburtstag. Im Juni 2006 prägte der amerikanische Journalist Jeff Howe in einem Artikel in der Zeitschrift *Wired* den Neologismus, der sich aus den englischen Wörtern „Crowd“ – dt. Masse, Menschenmenge – und „Outsourcing“ zusam-

menetzt. Gemeint ist der Prozess der Auslagerung von Aufgaben durch ein Unternehmen an eine nicht definierte Masse an Menschen.⁷ Bisher hatten Unternehmen Aufgaben, die ihre Belegschaft aus unterschiedlichen Gründen nicht lösen konnte, an Drittunternehmen vergeben und die Arbeit auf diesem Weg ausgelagert – Outsourcing. Nun aber wurden anstelle des Drittunternehmens der Crowd über einen offenen Aufruf detailliert beschriebene Aufgaben zur Bearbeitung angeboten.

Seither hat sich die Bedeutung des Begriffs leicht gewandelt und umfasst nun nicht mehr ausschließlich Unternehmen als Auftraggebende; auch Organisationen und Einzelpersonen können als Auftraggebende fungieren. Die Auftraggebenden werden dabei als Crowdsourcer, und die Auftragnehmenden, also die Crowd, als Crowdsources oder Crowdworker bezeichnet. Im Folgenden werden die Crowdsources einheitlich Crowdworker genannt. Die Arbeit, die ein Crowdworker verrichtet, wird auch als Crowdworking bezeichnet.

⁶ Commonwealth Club: „Crowdsourcing (3/3/10)“; <https://youtu.be/lxyUaWSblaA?t=390>; letzter Zugriff 08.06.2016.

⁷ Vgl. Howe, Jeff: „The Rise of Crowdsourcing“, in: *Wired*, 01.06.2006; www.wired.com/2006/06/crowds/; letzter Zugriff 20.06.2016.


 Externes Crowdsourcing
ohne Intermediär

Internes Crowdsourcing

Crowdsourcer vergeben Aufgaben, indem sie diese auf einer IT-gestützten Plattform für die Crowd zur Bearbeitung zugänglich machen. Dabei ist zwischen internem und externem Crowdsourcing zu unterscheiden. Im ersten Fall verfügt der Crowdsourcer über eine unternehmenseigene Plattform, die nur für eigene Beschäftigte zugänglich ist.⁸ Das IT- und Beratungsunternehmen IBM ermöglicht mit seinem Liquid Programm sowohl internes als auch externes Crowdsourcing. Es können sich demnach sowohl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sämtlicher Abteilungen des Unternehmens als auch externe Selbstständige um ausgeschriebene Aufgaben bewerben. Nachdem der hiesige Betriebsrat Beschwerde eingelegt hatte, ist das Liquid Programm in Deutschland wieder eingestellt worden.⁹

Beim internen Crowdsourcing ist die Crowd zwar durchaus definiert, aber immer noch sehr groß und divers.

8 Vgl. Leimeister, Jan Marco / Zogaj, Shkodran: *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, Arbeitspapier Nr. 287. Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.), Düsseldorf 2013, S. 20.

9 Vgl. Roth, Eva: „Der zerlegte Experte“, in: *Frankfurter Rundschau*, 23.04.2015; www.fr-online.de/arbeit-unsere-religion-jit-branche-der-zerlegte-experte,30242698,30507652.html; letzter Zugriff 16.06.2016.

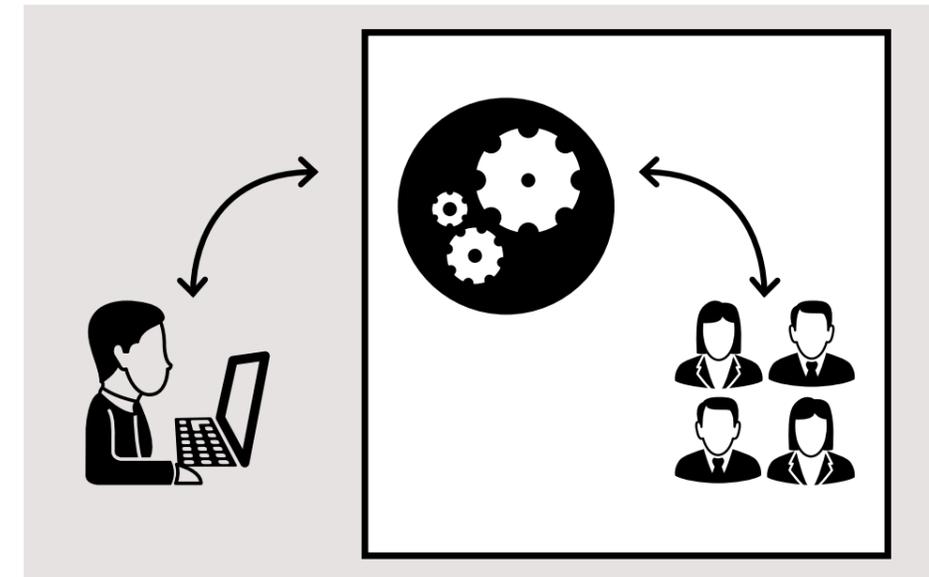
Externes Crowdsourcing ohne Intermediär

Wenn ein Crowdsourcer über eine eigene Plattform verfügt und dort Aufgaben ausschreibt, die sich nicht an die Belegschaft des jeweiligen Unternehmens richten, sondern an jeden Menschen mit Zugang zum Internet und den jeweils erforderlichen Sprachkenntnissen, wird dies als externes Crowdsourcing ohne Intermediär bezeichnet. Diesem Modell folgt beispielsweise Tchibo mit seiner Plattform Tchibo Ideas.¹⁰ Interessierte können sich dort anmelden und bewerben, wenn sie an Votings, Umfragen, Produkttests oder Workshops teilnehmen wollen. Auch konkrete Designvorschläge und Produktideen können eingereicht werden. Wenn eine Idee von Tchibo umgesetzt wird, erhält der Crowdworker einen Lizenzvertrag.¹¹ Ähnlich ausgerichtet ist die Plattform Pearlfinder von Nivea, Beiersdorf. Innovationsideen zu Produkten und Forschung des Konzerns können über die Plattform eingereicht werden und werden bei Annahme prämiert.¹²

10 Vgl. Leimeister / Zogaj (2013): *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, S. 20.

11 www.tchibo-ideas.de/das-konzept/; letzter Zugriff 02.05.2016.

12 Vgl. pearlfinder.beiersdorf.com/; letzter Zugriff 17.05.2016.


 Externes Crowdsourcing
mit Intermediär

Externes Crowdsourcing mit Intermediär

Verfügt ein Unternehmen, das Aufgaben auslagern möchte, über keine eigene Plattform, so kann es sich an einen Crowdsourcing-Intermediär wenden (externes Crowdsourcing mit Intermediär). Crowdsourcing-Intermediäre sind IT-gestützte Plattformen, die als Mediator zwischen Crowdsourcer und Crowdworker fungieren und die einzige Schnittstelle zwischen den beiden Parteien darstellen. Im Folgenden werden die Crowdworking-Intermediäre verkürzt als Plattformen bezeichnet. Crowdsourcer richten ihre Bedarfe an die Plattform und formulieren und modularisieren in Zusammenarbeit die Aufgaben, die an die Crowd gestellt werden sollen. Die Plattformen verfügen über die nötige Expertise und einen Pool an Crowdworkern, und wirken als Projektmanagement. Sie stellen die Aufgaben auf ihrer Plattform der Crowd zur Verfügung. Um als Crowdworker für eine Plattform tätig zu sein, muss im Vorfeld eine Registrierung auf der Webseite stattgefunden haben. Dabei hinterlegen die Crowdworker je nach Plattform mal mehr und mal weniger detaillierte Informationen zu ihrer Person, ihren Fähigkeiten und gegebenenfalls zu beruflichen Qualifikationen.

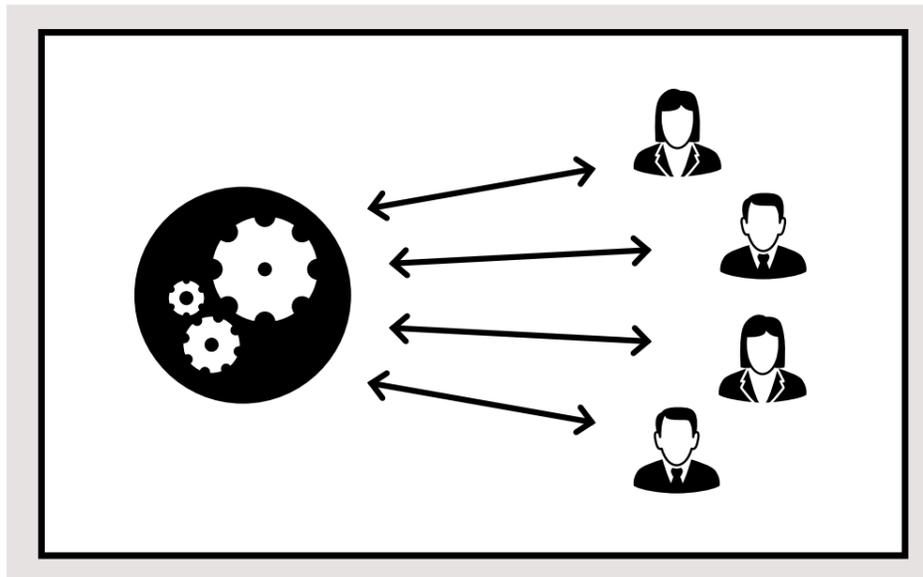
Aufgaben und Arbeitsweisen der Plattformen

Externe Plattformen bilden den „Rahmen der Crowdarbeit“.¹³ Als Projektmanagement unterstützen sie die Crowdsourcer zunächst bei der Modularisierung und detaillierten Beschreibung der Aufgaben, die es zu bearbeiten gilt. Die Plattformen haben das nötige Know-how, um komplexe Aufgaben in leichtere und kleinere Teile zu zerlegen, sodass ihre Crowd sie effektiv bearbeiten kann. Außerdem verfügen sie über die notwendige Technologie – und über eine ausreichend große Crowd.

Im nächsten Schritt werden die Aufgaben auf der Plattform freigeschaltet und sind nun für die Crowdworker zugänglich. Für spezifische Tätigkeiten kann das Projektmanagement im Vorfeld zusammen mit den Crowdsourcern festlegen, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten (qualifikationsbasierte Selektion) oder welcher Hintergrund – im Sinne von persönlichen Eigenschaften – (kontextspezifische Selektion) für die Bearbeitung der Aufgaben erforderlich sind.¹⁴ Bei Bedarf wird sowohl nach Qualifikation als auch nach Kontext selektiert, oder jeder auf der Plattform angemeldete Crowdworker kann sich auf die Aufgabe bewerben. Je nach Plattform

13 Vgl. Leimeister / Zogaj (2013): *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, S. 46.

14 Vgl. ebd., S. 38f.


 Eigenständige Arbeit
in der Crowd

und /oder Projekt ist auch eine Zusammenarbeit mehrerer Crowdworker denkbar.

Nachdem die Crowdworker einen Auftrag angenommen haben, beginnen sie mit der Bearbeitung, die theoretisch weltweit zu jeder Tageszeit und in jeder für eine Aufgabe erforderlichen Sprache stattfinden kann.

Für die Plattform respektive der oder dem zuständigen Projektmanagement beginnt nach Erledigung des Arbeitsauftrags durch die Crowd die Phase der Auswertung. Es wird geprüft, ob die vom Crowdsourcer festgelegten Qualitätsanforderungen erfüllt worden sind. Wenn dies der Fall ist, erfolgt im letzten Schritt die Entlohnung der Crowdworker, die ebenfalls über die Plattform geregelt wird.

Wettbewerbsbasierter Ansatz versus zusammenarbeitsbasierter Ansatz

Crowdworker arbeiten je nach Plattform entweder eigenständig (wettbewerbsbasiert) oder im Team (zusammenarbeitsbasiert). Beim wettbewerbsbasierten Ansatz wird zwischen zwei Formen unterschieden, nach denen sich die Vergütung richtet. Zum einen können Crowdworker zeitorientiert arbeiten, was bedeutet, dass nur der- oder diejenige entlohnt wird, der/die eine Aufgabe als Erstes erfüllt und dessen/deren Lösung den Qualitätsanforderungen entspricht. Wenn hinge-

gen nur die beste Lösung – zum Beispiel das beste Design – prämiert wird, und alle anderen eingereichten Lösungen und Ideen leer ausgehen, wird der Prozess als ergebnisorientiert bezeichnet.¹⁵ Ob eine Aufgabe ergebnis- oder zeitorientiert bearbeitet werden soll, wird von den Plattformen dabei stets im Vorfeld klar kommuniziert.

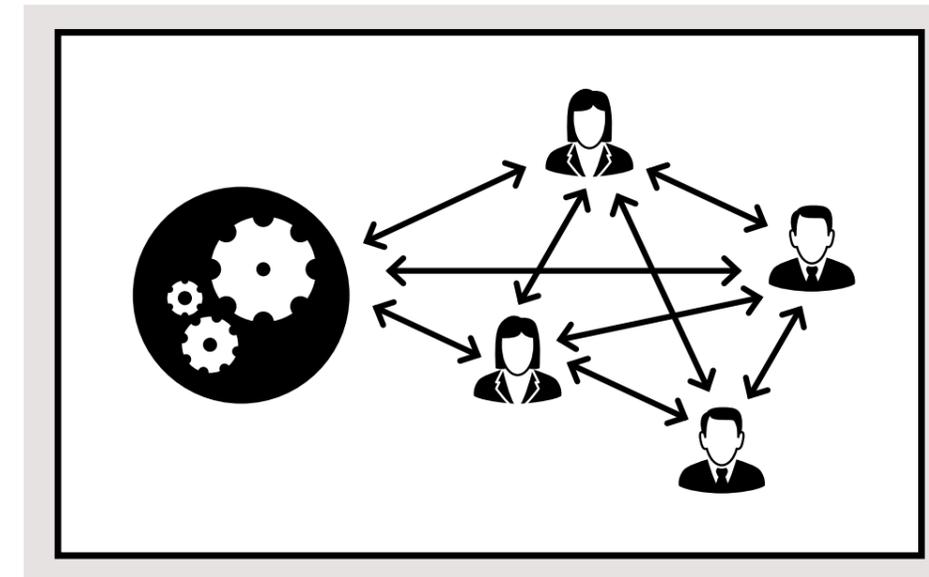
Beim zusammenarbeitsbasierten Crowdwor- king arbeiten mehrere Crowdworker kollabo- rativ in Teams an einer Aufgabe und reichen zusammen ein Ergebnis ein, das entsprechend vergütet wird. Eine Zusammenarbeit setzt voraus, dass die Plattform einen virtuellen Raum zur Verfügung stellt, der es der Crowd ermöglicht, miteinander zu kommunizieren. Diese Form der vernetzten Arbeit wird eher für anspruchsvollere Arbeiten genutzt.

Welche Aufgaben sind für das Crowdsourcing geeignet?

Aufgaben, die an die Crowd ausgelagert werden, müssen modularisierbar, einfach zu beschreiben und schnell zu verstehen sein.¹⁶

¹⁵ Vgl. Leimeister, Jan Marco / Zogaj, Shkodran / Durward, David / Blohm, Ivo: „Arbeit und IT: Crowdsourcing und Crowdwork als neue Arbeits- und Beschäftigungsformen“, in: *Gute Arbeit und Digitalisierung. Prozessanalysen und Gestaltungsperspektiven für eine humane digitale Arbeitswelt*. ver.di – vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Bereich Innovation und Gute Arbeit (Hrsg.), 1. Aufl., Berlin 2015, S. 72.

¹⁶ Vgl. Leimeister / Zogaj (2013): *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, S. 33.


 Kollaborative Arbeit
in der Crowd

Wenn ein Crowdworker zu viel Zeit braucht, um sich in eine Aufgabe einzuarbeiten, weil sie ungenügend erläutert wird, verliert er wertvolle Arbeitszeit oder ganz einfach die Lust an der Lösung der Aufgabe. Diese Faktoren beziehen sich nicht nur auf vergleichsweise einfache Aufgaben. Auch komplexe Arbeiten können für das Crowdsourcing geeignet sein und obliegen denselben Kriterien: Die Aufgabenstellung muss leicht verständlich und konkret sein, damit sie für Crowdworker attraktiv wird.¹⁷

Ob eine Aufgabe über Crowdsourcing bearbeitet werden kann, hat demnach weniger mit der Branche oder der konkreten Tätigkeit zu tun, sondern eher damit, ob sie modularisiert und leicht beschrieben werden kann.

2.2 Formen digitaler Arbeit

Die Tätigkeiten, die von Crowdworkern durchgeführt werden, sind vielfältig. Sie können einerseits sehr einfach und monoton sein (Microtasking), andererseits aber auch sehr komplex und aufwendig (Coding, Design). Das Spektrum ist breit und wird mit jeder neuen Crowdwor- king-Plattform und jedem Unternehmen, das eine eigene Plattform launcht, umfassender. Die hier angeführte Typologie orientiert sich hauptsächlich an der Einteilung

¹⁷ Vgl. Leimeister / Zogaj (2013): *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, S. 34.

Leimeisters, Durwards und Zogajs.¹⁸ Der Vollständigkeit halber werden zudem das unbezahlte Crowdwor- king sowie die Vermittlungs- plattformen erläutert.

Unbezahltes Crowdwor- king

Portale wie wikipedia.org basieren auf den Einträgen der Crowd, die für ihre Beiträge und Pflege der Inhalte nicht vergütet werden. Jede Person mit einem Internetzugang kann Beiträge verfassen und ändern, was wiederum von anderen Leuten in der Crowd auf Richtigkeit überprüft wird. Da diese Art des Crowdwor- king nicht vergütet wird und die Motivationen der Beitragenden nicht finanzieller Art sind, wird das unbezahlte Crowdwor- king in dieser Expertise nicht näher beleuchtet.

Microtasking

Beim Microtasking bearbeiten Crowdworker kleinere Aufgaben, die überschaubare Vorkenntnisse und eine relativ kurze Einarbeitungsphase erfordern. Es handelt sich z. B. um das Verfassen von kurzen Werbetexten,

¹⁸ Vgl. Leimeister, Jan Marco / Durward, David / Zogaj, Shkodran: „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, Kassel 2016, S. 5.

kleine Textrecherchen¹⁹ oder das Sammeln von einfachen Informationen wie z. B. auf der Plattform streetspotr.com.

Freelancing

Die Aufgaben, die beim Freelancing bearbeitet werden, sind komplexer und zeichnen sich dadurch aus, dass sie spezielle Vorkenntnisse und Fähigkeiten der Crowdworker erfordern und allgemein weniger kleinteilig sind als die oben beschriebenen Microtasks. Beispielhafte Aufgaben, die auf den sogenannten Marktplatzplattformen wie z. B. twago.com oder upwork.com angeboten werden, sind Übersetzungen, Lektorate oder Webseitenerstellung.

Crowdtesting

Auf Plattformen wie z. B. testbirds.de testen Crowdworker Apps oder Webseiten und überprüfen diese auf mögliche Fehler, um die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen. Der Vorteil des Crowdtesting ist, dass eine undefinierte Crowd über eine größtmögliche Vielfalt an Endgeräten und Betriebssystemen verfügt und ein digitales Produkt auf diese Weise am schnellsten und effektivsten auf Ungereimtheiten testen kann.²⁰

Designwettbewerbe / Programmierwettbewerbe

Auf Wettbewerben basierendes Crowdsourcing im Design- und IT-Bereich gehört zu den anspruchsvolleren Aufgaben eines Crowdworkers. Auf Design-Plattformen wie z. B. 99designs.de werden offene Wettbewerbe (Crowdstorms) ausgeschrieben, woraufhin die Crowd Entwürfe und Vorschläge einreichen kann. Am Ende werden ein/e oder mehrere Gewinnerinnen oder Gewinner ausgewählt und das beste Design wird prämiert. Bei Programmierwettbewerben wie beispielsweise auf topcoder.com werden Projekte zunächst von der Plattform-Software in kleinste Teile modularisiert

¹⁹ Vgl. Bertschek, Irene / Ohnemus, Jörg / Viète, Steffen: *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern, Endbericht zur Kurzepertise*, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Forschungsbericht 462), Berlin, Mannheim 2016, S. 2.

²⁰ Vgl. www.testbirds.de/technologie/crowdtesting/; letzter Zugriff 04.05.2016.

und dann von den Software-Entwicklerinnen und -Entwicklern programmiert.

Innovationsplattformen

Auf Innovationsplattformen arbeiten Crowdworker zusammenarbeitsbasiert an innovativen Lösungen komplexer Aufgabenstellungen, ohne dass eine Vorauswahl der Crowdworker von Seiten der Auftraggebenden stattfindet. Ideen werden von der Crowd eingebracht und weiterentwickelt. Ein Beispiel für eine deutsche Innovationsplattform ist jovoto.com mit Sitz in Berlin.

Vermittlungsplattformen

Über Vermittlungsplattformen wie z. B. Uber, Helpling und Deliveroo werden Fahrerinnen und Fahrer, Putzkräfte bzw. Lieferantinnen und Lieferanten via App und nach Bedarf vermittelt. Diese Art des Crowdworkings wird auch als *Gig Economy* oder *Sharing Economy* bezeichnet. Die Vermittlungsplattformen haben in Berlin eine hohe Bedeutung und werden im Stadtbild immer sichtbarer. Somit bedarf es einer gesonderten vertieften Betrachtung.

2.3 Umfang und Bedeutung von Crowdworking und Crowdsourcing

Im Folgenden werden aktuelle Studien mit den jeweiligen Eckdaten und Ergebnissen vorgestellt, die einen ersten Überblick zur Demografie und zu den Motiven von Crowdworkern in Deutschland geben. Hier erfolgte jeweils eine enge Zusammenarbeit mit den Plattformen. Dies ist unerlässlich, denn eine standardisierte Erfassung der beschäftigungspolitischen Bedeutung erfolgt bislang nicht.

Das Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) hat sich 2015 im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales der Erfassungsproblematik angenommen und für eine Studie mit zwei Crowdworking-Plattformen in Deutschland zusammengearbeitet. Problematisch war, dass nicht jeder weltweit tätige Crowdworker erfasst werden kann und es deshalb keine Grundgesamtheit der Crowdworker gibt.²¹ Da viele Crowdworker auf meh-

²¹ Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viète (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 11.

rerer Plattformen angemeldet sind²², und einige zwar angemeldet, aber nicht (mehr) aktiv sind, ist bisher völlig unbekannt, wie hoch die Gesamtanzahl der Crowdworker in Deutschland, Europa oder weltweit ist.

Bei den zwei vom ZEW ausgewählten Plattformen handelte es sich um Crowdworking-Intermediäre, die auf ihren Portalen die Bearbeitung von Microtasks anbieten. Eine der Plattformen bot stationäres Crowdworking an, während der andere Intermediär auf mobiles Crowdworking spezialisiert war, bei dem der Crowdworker den Auftrag via App auf dem Smartphone erhält; die Art der Arbeit verlangt physische Mobilität vom Auftragnehmer.²³ Die Plattformen wurden darüber hinaus nicht näher charakterisiert.

In Zusammenarbeit mit ver.di führten Ayad Al-Ani und Stefan Stumpp vom Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft ebenfalls im Jahr 2015 eine Studie zum Thema Crowdworking durch.²⁴ Auch sie entschieden sich für den einzig denkbaren Zugang zu den Crowdworkern über den Weg der Plattformen, auf denen sie angemeldet sind. Dabei arbeiteten die Wissenschaftler mit einer nicht namentlich genannten internationalen IT-Plattform mit deutscher Niederlassung und mit der Kreativ-Plattform [jovoto](http://jovoto.com) zusammen.

Die aktuellste und umfassendste Studie zum Crowdworking in Deutschland wird voraussichtlich im Sommer 2016 von Jan Marco Leimeister, David Durward und Shkodran Zogaj veröffentlicht. Nach den ersten bekannt gegebenen Ergebnissen haben die Wissenschaftler zunächst fünf Plattfortmtypen definiert, die die Plattformen nach Art des Crowdworkings kategorisieren. Vier Plattfortmtypen – Microtasking-, Freelancing-, Design- und Testing-Plattformen – wurden bei der Studie berück-

²² Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viète (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 9 und Al-Ani, Ayad / Stumpp Stefan: *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern*, Discussion Paper 2015-05, Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (Hrsg.), Berlin 2015, S. 23.

²³ Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viète (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 3.

²⁴ Al-Ani / Stumpp (2015): *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen*.

sichtigt. Die Online-Umfragen wurden auf 23 Plattformen durchgeführt.²⁵

Soziodemografische Daten von Crowdworkern – wer ist die Crowd?

Die beiden Umfragen der ZEW umfassten insgesamt 408 Crowdworker, die für die Befragung entlohnt wurden. Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 29 Jahren und der überwiegende Anteil der teilnehmenden Crowdworker war männlich (65,3%) und ledig (75,7%).²⁶

Der Bildungsstand der Befragten war vergleichsweise hoch, 94,5 Prozent verfügten mindestens über einen mittleren Schulabschluss oder waren dabei, diesen zu erlangen. Der Anteil derer mit dem Abschluss Abitur lag bei knapp 65 Prozent. Mehr als zwei Fünftel der Befragten gaben an, einen Hochschulabschluss zu haben oder anzustreben. Eine Lehre oder einen Facharbeiterabschluss machten (oder strebten an) 28,4 Prozent der Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer.²⁷

Während rund 39 Prozent der Befragten einer abhängigen Beschäftigung nachgingen, befanden sich etwa 31 Prozent in der Ausbildung (Studium oder betriebliche Ausbildung). Mit 8 Prozent war der Anteil der Selbstständigen nur geringfügig höher als der Anteil der Arbeitssuchenden mit etwa 7 Prozent.²⁸ Die Autoren begründeten dies damit, dass Selbstständige in ihrer Studie als Crowdworker nur gering vertreten waren, da diese selten auf Microtask-Plattformen tätig seien.²⁹

Bei der Erhebung des Einkommens³⁰ gaben etwa 78 Prozent der Befragten an, monatlich weniger als 1.500 Euro netto zu verdienen,

²⁵ Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 5f.

²⁶ Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viète (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 4, 20f.

²⁷ Vgl. ebd., S. 23.

²⁸ Vgl. ebd., S. 4.

²⁹ Vgl. ebd., S. 13.

³⁰ Damit ist nicht das Einkommen gemeint, das durch das Crowdworking erzielt wurde, sondern das persönliche monatliche Nettoeinkommen.

während die restlichen 22 Prozent über ein höheres monatliches Einkommen verfügten.³¹

Die Umfragen, die von Al-Ani und Stumpp durchgeführt wurden, werden aufgrund der Unterschiede zwischen den befragten Plattformen separat betrachtet. Befragt wurden 93 Crowdworker auf der IT-Plattform und 72 Frauen und Männer auf der Kreativ-Plattform jovoto.

Auf beiden Plattformen waren die Befragten überwiegend männlich (IT-Plattform: 67,7 %; Kreativ-Plattform: 51,4 %) und vergleichsweise jung: Bei beiden Umfragen wurde die Antwort „bis 34 Jahre“ am häufigsten angekreuzt.³²

Auf die Frage nach dem letzten Bildungsabschluss gaben über 60 Prozent der Kreativ-Crowdworker an, ein Hochschulstudium abgeschlossen zu haben; der Anteil der Akademikerinnen und Akademiker lag bei der IT-Crowd bei knapp unter 50 Prozent. Der Bildungsstand der Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer ist demnach insgesamt sehr hoch.

Bezüglich ihres Beschäftigungsstatus gaben etwa 35 Prozent der Kreativen und rund 45 Prozent der IT-Crowdworker an, in einem Angestelltenverhältnis zu stehen. Der Anteil der Selbstständigen war bei der Kreativ-Crowd mit über 55 Prozent vergleichsweise hoch, während er bei der IT-Crowd immer noch bei etwas über 30 Prozent lag.³³

Im Gegensatz zur Studie des ZEW wurde bei der Studie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft lediglich das Haushaltsnettoeinkommen, nicht aber die persönlichen monatlichen Einkommen nachgefragt. Die Erhebung ergab, dass mehr als 50 Prozent der Kreativ-Crowdworker über ein Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.500 Euro verfügten, während der Anteil der IT-Crowdworker hier bei unter 20 Prozent lag. 43 Prozent der Kreativen und mehr als 60

31 Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viete (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 26.

32 Vgl. Al-Ani / Stumpp (2015): *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen*, S. 18.

33 Vgl. ebd., S. 19.

Prozent der IT-Crowdworker gaben an, über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 1.500 Euro zu verfügen.³⁴

Leimeister, Durward und Zogaj werteten die Angaben von 434 Crowdworkern auf insgesamt 23 Plattformen aus.³⁵ Demografische Daten zur Altersstruktur und detaillierte Angaben zum Geschlechterverhältnis der Crowdworker waren den ersten veröffentlichten Ergebnissen der Studie nicht zu entnehmen. Allerdings ist bekannt, dass in der Gesamtbetrachtung die Beteiligung der Geschlechter beim Crowdworking vergleichsweise ausgeglichen ist. Mit 56,5 Prozent arbeiten Männer etwas häufiger in der Crowd als Frauen mit 43,5 Prozent.³⁶

Hinsichtlich des Bildungsstands fällt auf, dass etwa drei Viertel der Befragten die Schule mit dem Abitur oder Fachabitur abgeschlossen haben und fast die Hälfte der Crowdworker über einen Hochschulabschluss verfügen.³⁷

Anders als in den zwei erst genannten Studien ermittelten Leimeister et al. die Höhe der Einkommen, die über Crowdworking monatlich von den Befragten erzielt werden. 70 Prozent aller Befragten verdienten monatlich weniger als 500 Euro ausschließlich durch die Arbeit auf Crowdworking-Plattformen. Zehn Prozent der Befragten bezogen mehr als 1.500 Euro ausschließlich über das Crowdworking.³⁸

Obwohl im Rahmen der aktuellen Studien Crowdworker auf unterschiedlichen Plattformen befragt worden sind, sind sehr ähnliche soziodemografische Ergebnisse erkennbar. Dabei muss angemerkt werden, dass es hier theoretisch hat Überschneidungen geben können, da nicht auszuschließen ist, dass

34 Vgl. ebd., S. 20.

35 Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 7.

36 Vgl. Leimeister, Jan Marco, in: Hinck, Gunnar / Kraft, Andreas: „Das Wichtigste auf einen Blick“, *Mitbestimmung*, Nr. 2, April 2016, Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.), S. 16.

37 Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 13f.

38 Vgl. Leimeister, in: Hinck / Kraft (2016): „Das Wichtigste auf einen Blick“, S. 17.

Crowdworker sowohl an der Studie des ZEW als auch an der Studie von Al-Ani und Stumpp sowie an denen von Leimeister et al. teilgenommen haben. Es ist kaum nachvollziehbar, ob eine Person an einer, drei oder sogar allen Umfragen teilgenommen hat, auch wenn die Wahrscheinlichkeit aufgrund der Größe der Crowd eher gering ist.

Jung, männlich, gebildet – geringes Einkommen im Kreativbereich

Alle hier angeführten Umfragen, die im Rahmen der Studien erfolgten, haben gemeinsam, dass die Befragten im Schnitt eher männlich, vergleichsweise jung und gut ausgebildet waren. Auch der Anteil der abhängig Beschäftigten war in allen Umfragen relativ ähnlich: Zwischen 35 und 45 Prozent der Befragten waren angestellt. Der hohe Anteil der Selbstständigen der Kreativ- und IT-Crowdworker kann mit dem Berufsfeld erklärt werden. Der geringe Anteil der Selbstständigen in der Microtask-Umfrage des ZEW wurde bereits mit den auf der Plattform angebotenen, eher einfachen Tätigkeiten in Zusammenhang gebracht.

Auffallend hoch war der Anteil der Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 Euro bei den Kreativ-Crowdworkern. Dies könnte mit der hohen Anzahl der Solo-Selbstständigen unter den Kreativen zusammenhängen sowie mit der Tatsache, dass die Löhne im Kreativbereich allgemein vergleichsweise gering sind, wohingegen völlig unbekannt ist, in welcher Branche die in der Microtask-Studie Befragten abseits vom Crowdworking tätig sind.

Leimeister et al. untersuchten gezielt den Anteil derer, die hauptberuflich als Crowdworker tätig sind (etwa 21 %). Etwa 79 Prozent der Befragten gaben an, nebenberuflich als Crowdworker zu arbeiten.³⁹ Vor allem im Microtask-Bereich war der Anteil derer, die durch das Crowdworking einen Nebenverdienst erzielten, sehr hoch (fast 94 %).⁴⁰

In den hier zitierten Studien wurde abschließend darauf hingewiesen, dass es weiterer Er-

39 Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 17; eigene Berechnungen.

40 Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 17.

hebungen soziodemografischer und -ökonomischer Daten bedarf, um den Crowdworker besser kennenzulernen und seine Arbeits- und Lebensverhältnisse besser und umfassender zu erfassen.

Motivationen der Crowdworker – was ist der Reiz am Crowdworking?

Das in der Studie des ZEW am häufigsten genannte Motiv für das Crowdworking war die zeitliche und örtliche Flexibilität, die mit dieser Arbeitsform einhergeht (71,6 %). Knapp 62 Prozent der Befragten gaben außerdem an, dass die Selbstbestimmung hinsichtlich der Arbeitsinhalte für sie beim Crowdworking sehr wichtig ist. Etwa 56 Prozent der Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer bezeichneten die Arbeit auf der Plattform als gute Freizeitbeschäftigung, während immerhin 26,5 Prozent der Befragten angaben, auf das Geld angewiesen zu sein. Inhaltliches Interesse sowie die Möglichkeit zu Weiterbildung nannten rund 32 Prozent respektive 16 Prozent als wichtige Motive für ihre Tätigkeit als Crowdworker.⁴¹

In der Studie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft war hingegen sowohl bei der Kreativ-Crowd als auch bei der IT-Crowd der Faktor Spaß das am häufigsten genannte Motiv (> 70 % bzw. knapp 95 %). Am zweithäufigsten wurden ebenfalls beide Gruppen durch die Bezahlung motiviert; hier nannten knapp 60 Prozent der Kreativen und über 90 Prozent der IT-Crowdworker den Zuverdienst als Antrieb, gaben aber gleichzeitig an, dass die Vergütung aus dem Crowdworking nicht dazu dient, den Lebensunterhalt zu bestreiten.⁴²

Die hohe Flexibilität von Arbeitsort und Arbeitszeit als weiterer wichtiger Motivationsfaktor kristallisierte sich im offenen Antwortfeld heraus. Der Anteil derer, die diesen Punkt als Motiv nannten, ist jedoch nicht bekannt.⁴³

41 Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viete (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 39.

42 Vgl. Al-Ani / Stumpp (2015): *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen*, S. 21.

43 Vgl. ebd., S. 22.



Impressionen aus den Workshops

Auch das Erlernen neuer Fähigkeiten war für beide befragten Crowds eine wichtige Motivation: Auf knapp 60 Prozent der Befragten auf der Kreativ-Plattform und über 80 Prozent der IT-Crowd traf dies zu. Ein wichtiger Beweggrund für die Arbeit auf der Plattform war vor allem für die Kreativ-Crowdworker die Reputation, die sie stärken oder aufbauen konnten (etwa 48 % Zustimmung; IT-Crowd: etwa 37 %). Weiterhin gaben die Befragten auf der Kreativ-Plattform an, aufgrund der Wertschätzung (48 %), die ihnen entgegengebracht wird, sowie aufgrund der sozialen Beziehungen (33 %), die man dort knüpfen und pflegen kann, auf *jovoto* tätig zu sein.⁴⁴

Flexibel, selbstbestimmt und unterhaltsam – aber keine Grundlage für den Lebensunterhalt?

Zusammengefasst zählten in den Studien die Faktoren Spaß, Flexibilität und Selbstbestimmung zu den wichtigsten Motiven für das Crowdfunding. Vor allem die letzteren beiden Gründe für das Crowdfunding deuten darauf hin, dass es nicht zuletzt vor allem die Arbeitsform ist, die die Befragten dazu bewegt, sich auf einer Plattform anzumelden und auf diese Weise digital als Teil der Crowd zu arbeiten. Crowdworker arbeiten, wann sie wollen, wo

sie wollen und wie sie wollen – und genau das ist ihnen auch wichtig.

Auch Geld wurde von vielen Crowdworkern als Motivation genannt, allerdings mehrheitlich nur als Zuverdienst und nicht als notwendiges Mittel zum Lebensunterhalt. Immerhin jede/r Vierte bis Fünfte ist jedoch auf die Vergütung, die sie durch die Arbeit auf den Plattformen erhalten, angewiesen.

44 Vgl. Al-Ani / Stumpp (2015): *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen*, S. 21.

3. Crowdfunding-Plattformen in Berlin

Einen umfassenden Überblick über die Anzahl der Crowdfunding-Plattformen in Berlin gibt es bisher nicht. Nachfolgend wird deshalb beispielhaft das breite Spektrum der Crowdfunding-Plattformen dargestellt. Darüber hinaus unterliegt das Geschäftsfeld einer erheblichen Dynamik. Die Beschreibung der Plattformen folgt der Typologie: Microtasking – Freelancing – Testing – Design – Vermittlung.

Crowd Guru

Die im Jahr 2008 gegründete Crowd Guru GmbH ist eine Microtasking-Plattform, die sich auf Datenbearbeitung, Recherchen und Texterstellungen wie Produktbeschreibungen und SEO-Texten spezialisiert hat. Crowd Guru kann auf die Arbeitsleistung von etwa 35.000 registrierten Crowdworkern – sogenannten „Gurus“ – zurückgreifen.⁴⁵

greatcontent

Die seit 2011 agierende greatcontent AG bietet Übersetzungen, Lektorate und Texterstellungen an und verfügt über einen Pool von über 6.000 Autorinnen und Autoren, die bisher mit über 1.000 Auftraggeberinnen und Auftraggebern zusammengearbeitet haben. Die Komplexität der Aufgaben variiert teils stark, die Arbeiten werden dem Rechercheaufwand entsprechend vergütet.⁴⁶ Da spezielle Vorkenntnisse und Fähigkeiten notwendig sind, um hier als Crowdworker zu arbeiten, handelt es sich um eine Freelance- bzw. Marktplatzplattform.

TEXTKING

Die TEXTKING Deutschland GmbH hat sich auf Übersetzungen spezialisiert und verfügt über eine 2.700 Menschen starke Crowd, die Texte in 50 Sprachen übertragen kann. Die Fachgebiete der Übersetzerinnen und Übersetzer umfassen beispielsweise die Themen Industrie, Recht, Finanzen, Medizin und Forschung.

45 Vgl. www.crowdguru.de

46 Vgl. www.greatcontent.de

Die im Jahr 2010 gegründete Übersetzungsagentur bietet zudem Lektorate und Korrekturen in den jeweiligen Sprachen an.⁴⁷

Twago

Auf der Plattform twago.com der Team4Venture GmbH wird ein sehr breites Spektrum an Dienstleistungen angeboten. Twago – „Teamwork Across Global Offices“ – bietet seit 2009 Übersetzungen, Softwareentwicklung, die Erstellung von Logodesigns und Marketingstrategien sowie zahlreiche weitere Leistungen an, die nach eigenen Angaben von 270.000 registrierten Freelancern und Agenturen bearbeitet werden.⁴⁸ Twago kann demnach sowohl als Freelance- als auch als Designplattform bezeichnet werden.

webcrowd

Die IT Recruiting Agentur webcrowd UG (haftungsbeschränkt) wurde im Jahr 2011 gegründet und verfügt über etwa 350 hochqualifizierte Freelancer. Webcrowd bietet seinen Kundinnen und Kunden Softwareentwicklung an und vermittelt projektspezifisch die passenden Freelancer. Bei Bedarf fungiert webcrowd auch als Personalvermittlung.⁴⁹

Crowdee

Crowdee ist ein Start-up, das vom Lehrstuhl „Quality and Usability“ an der Technischen Universität Berlin entwickelt wird. Die kürzlich gegründete Crowdfunding-Plattform bietet ihren Kundinnen und Kunden eine Vielzahl von Dienstleistungen wie z. B. Marktforschung, Testing, Kundenbetreuung, Recherchen und Texterstellungen, die von den bei Crowdee registrierten Crowdworkern durchgeführt werden.⁵⁰

47 Vgl. de.textking.com

48 Vgl. www.twago.de

49 Vgl. webcrowd.net

50 Vgl. www.crowdee.de

Applause

Die Applause GmbH hat sich auf das Testen von Softwareapplikationen mit Hilfe der Crowd spezialisiert, die mittlerweile 200.000 Tester in 150 Ländern umfasst. Im Jahr 2014 hat sich die Crowdttesting-Plattform testhub.com mit der Applause GmbH zusammengeslossen.⁵¹

test IO

Die Crowdttesting-Plattform test IO (testCloud.de GmbH) gibt es bereits seit 2011 und bietet ihren Auftraggeberinnen und Auftraggebern ebenfalls an, Webseiten und Apps von ihrer 20.000 Personen umfassenden Crowd testen zu lassen.⁵²

RapidUserstests

Die von der Userlutions GmbH betriebene Plattform RapidUserstests setzt seit 2011 Crowdworker ein, die Webseiten auf ihre Nutzerfreundlichkeit testen. Die Testerinnen und Tester prüfen die Internetauftritte und geben den Betreibern Feedback. Die Crowdttesting-Plattform wird unter anderem durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.⁵³

expertcloud

Die im Jahr 2010 gegründete expertcloud.de GmbH versteht sich als virtuelles Callcenter. Die etwa 300 als „Experten“ bezeichneten Crowdworker der Plattform beraten von zu Hause aus telefonisch die Kundschaft der Auftrag gebenden Unternehmen und beantworten deren Fragen. Um diese Aufgaben übernehmen zu können, durchlaufen die Crowdworker zuvor speziell auf die Unternehmen angepasste Trainings.⁵⁴

jovoto

Die jovoto GmbH ist eine Innovations- und Designplattform, die im Jahr 2007 gegründet wurde. Die beiden Teams mit Büros in Berlin

und im Silicon Valley organisieren für ihre Auftrag gebenden Unternehmen Crowdstorms, an denen die Crowdworker teilnehmen und mit ihren Ideen und Designs Preisgelder gewinnen können. Angeboten werden offene, aber auch private bzw. auf einen ausgewählten Kreis beschränkte Wettbewerbe. Rund 80.000 Personen sind derzeit auf jovoto.com registriert.⁵⁵

Beispiele für Berliner Plattformen, die der *Gig Economy* zugeordnet werden können, sind der Essenslieferdienst Foodora⁵⁶, der Paketdienst Packator⁵⁷ sowie der Installationsdienst und Vor-Ort-Service-Anbieter Mila⁵⁸.

⁵¹ Vgl. www.applause.com

⁵² Vgl. test.io/de

⁵³ Vgl. rapiduserstests.com

⁵⁴ Vgl. www.expertcloud.de

⁵⁵ Vgl. www.jovoto.com

⁵⁶ Vgl. Foodora GmbH, www.foodora.de

⁵⁷ Vgl. Packator GmbH, packator.com

⁵⁸ Vgl. Mila Europe GmbH, www.mila.com

4. Einschätzungen und Meinungen aus den Interviews

Um die verschiedenen Aspekte des Crowworking bzw. Crowdsourcing vertieft zu beleuchten, wurden mit neun Expertinnen und Experten explorative Interviews geführt. Die Interviews geben die Einschätzungen der Expertinnen und Experten aus ihren Erfahrungen mit Crowworking bzw. Crowdsourcing wieder und vertiefen zugleich Erkenntnisse, die aus der Recherche von aktuellen Studien gewonnen werden konnten. Die Einschätzungen umfassen sowohl die heutige Situation als auch Meinungen zur zukünftigen Entwicklung. Ebenso werden Unterstützungs- und Gestaltungsbedarfe genannt.

Die Auswahl der Gesprächspartnerinnen und -partner folgte der Trias der zentralen Akteurinnen und Akteure des Crowworkings: Crowdworker – Plattform als Intermediär und Betrieb – Unternehmen als Auftraggeber. Ergänzend wurde ein Interview mit einem Mitarbeiter eines Forschungsprojekts zu Crowworking geführt.

Die in diesem Kapitel zusammengefassten Wiedergaben der Interviews wurden von den jeweiligen Gesprächspartnerinnen und -partnern autorisiert.

Stellvertretend für die nicht ohne Weiteres zu erreichende Crowd wurden Interviews mit Verbands- und Gewerkschaftsvertreterinnen und -vertretern geführt. Als Interessenvertretung der Crowdworker standen freundlicherweise Victoria Ringleb (Allianz deutscher Designer), Dr. Florian Alexander Schmidt (agenda design), Robert Fuß (IG Metall) und Gunter Haake (ver.di/mediafon) zur Verfügung.

Auch die Unternehmen als Auftraggebende waren schwer zu ermitteln, dennoch konnte ein Berliner Unternehmen mit Crowdsourcing-Erfahrung als Interviewpartner für diese Expertise gewonnen werden: Natalie Zuchowski von der Sodexo Unternehmensgruppe stand freundlicherweise für ein Gespräch zur Verfügung.

Dadurch, dass die Crowworking-Plattformen die höchste Präsenz und Sichtbarkeit im Crowworking-Prozess haben, konnten Interviews mit Vertretern von drei Plattformen mit Unternehmenssitz in Berlin geführt werden: Ivo Betke (webcrowd), Dr. Marko Jakob (expertcloud) und Hans Speidel (Crowd Guru).

Als Vertreter aus der Wissenschaft hat sich der Soziologe Daniel Schönefeld von der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) für ein Interview zur Verfügung gestellt.

4.1 Sichtweise der Crowdworker

Wie im Kapitel 2.3 dargestellt, werden von Crowdworkern vor allem die Selbstbestimmung von Arbeitsort, -zeit und -inhalt geschätzt. Besonders bei hochwertigen und komplexen Aufgaben werden der Austausch und der eigene Erkenntnisgewinn durch kollaboratives Arbeiten als förderlich und interessant empfunden.

Ein erweiterter Zugang zum Arbeitsmarkt eröffnet sich dort, wo eigene Handicaps oder Hürden der Vereinbarkeit einen Zugang zum regulären Arbeitsmarkt erschweren. Dies setzt allerdings voraus, dass die „Produktionsmittel“ – eigenes Notebook bzw. Rechner und Zugang zum Internet – zur Verfügung stehen.

Victoria Ringleb, Geschäftsführerin der Allianz deutscher Designer (AGD) e. V.

Die Allianz deutscher Designer (AGD, Alliance of German Designers) ist der Verein und Berufsverband freiberuflicher Designer aller Fachbereiche. Er wurde 1976 als Verein gegründet und zählt inzwischen rund 2600 Mitglieder.

Victoria Ringleb differenziert Crowdsourcing und Crowworking nach der Arbeitsweise für Designerinnen und Designer. Crowdsourcing

bewertet sie eher kritisch, da hier eine Designerin oder ein Designer einen über eine Plattform vermittelten Auftrag bearbeitet. Der direkte Kontakt zum Auftrag gebenden Unternehmen entfällt. Daher kann keine auf die Individualität der Kundschaft abgestellte Designarbeit erfolgen. Design ist jedoch eine klassische Beratungstätigkeit, die von der Interaktion zwischen Kunden/Kundin und Designer/in lebt. Fachlich seien daher Designprodukte des Crowdsourcings weniger qualitativ und unterlägen eher den Preisvorstellungen der Auftraggebenden.

Ringleb kritisiert zudem die Rolle der Plattformen, die nicht selten lediglich ihre Technik zur Verfügung stellen und die oft nach einiger Zeit an größere Unternehmen weiterverkauft werden. Ein nachhaltiger Umgang und Wertschätzung seien hier nicht gegeben, weder in Bezug auf die Designerinnen und Designer noch hinsichtlich des Designs selbst.

Um Crowdsourcing für die Designbranche fairer zu gestalten, müsse eine Prozessqualität etabliert werden, die es beispielsweise verbiete, Gratisentwürfe einzufordern. Derzeit würden auf einigen Designplattformen bereits in frühen Stadien der Auftragsbearbeitung nach dem Wettbewerbsprinzip detailliert erarbeitete Entwürfe eingefordert, von denen letztlich nur ein Design „gewinnt“ und bezahlt wird (ergebnisorientiertes Arbeiten). Alle anderen Designerinnen und Designer gingen leer aus, hätten aber viel Arbeitszeit investiert. Dies sei nicht tragbar, da auch im Kreativbereich eine Entlohnung erfolgen müsse, die eine Deckung des Lebensunterhalts ermögliche.

Den aktuellen Crowdsourcing-Anteil in der Designbranche schätzt Ringleb eher als gering ein. Crowdsourcing werde von Unternehmen hin und wieder als PR-Mittel genutzt. Hierbei würde ein Projekt medienwirksam öffentlich ausgeschrieben, um Aufmerksamkeit zu generieren. Selten komme in diesen Fällen allerdings ein Produkt mit guter Designleistung zustande.

Lediglich zum Experimentieren sei Crowdsourcing wirklich gut geeignet. Studierende könnten sich ausprobieren, ohne ein großes Risiko einzugehen. Der Markt könne erforscht werden, indem verschiedene kleinere Aufgaben bearbeitet und erste kleine Erfolge erzielt

würden. Ansonsten unterstützten bestimmte Plattformen lediglich die „Kostenlosmentalität“, die zu einer Abwertung und letztlich zu einer Entwertung von Design und Arbeit führe.

Allerdings sieht Ringleb die Entwicklung im Hinblick auf die Wertschätzung von Design in den kommenden Jahren durchaus positiv. In einigen Designbereichen gebe es einen deutlichen Trend zu höherwertigen Produkten, die entsprechend entlohnt würden. Auch eine kundenzentrierte Entwicklung von Design würde von Auftraggeberinnen und Auftraggebern zunehmend geschätzt. Daher stuft Ringleb das Entwicklungspotenzial des Crowdsourcings im Designbereich als mäßig ein.

Ringlebs Verständnis des Begriffs „Crowdworking“ entspricht weitgehend der Definition des zusammenarbeitsbasierten Ansatzes. Crowdworking ist für sie nicht nur ein wichtiges und spannendes Feld für die Zukunft – Crowdworking ist die Zukunft. Hier können sich Crowdworker mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Spezialisierungen vernetzen und gemeinsame Projekte initiieren. Der Fokus und das Potenzial liegen hier explizit auf den wechselnden Kooperationen innovationsfreudiger Individuen.

Das projektbezogene und kollaborative Arbeiten stelle eine Form der Arbeit dar, die essenziell werde, wohingegen langfristige Beschäftigung bei einer Arbeitgeberin oder einem Arbeitgeber in der Designbranche immer mehr infrage gestellt werde. Es ist zu erwarten, dass die Anzahl der Freiberufler und Freiberuflerinnen weiter zunehmen wird und Crowdworking entsprechend an Bedeutung gewinnt.

Um als Crowdworker erfolgreich zu sein, müsse man seine Fähigkeiten genau kennen(lernen), sie immer wieder überprüfen und bereit sein, sich weiterzuentwickeln. Ringleb appelliert an Designerinnen und Designer, sich auf das Crowdworking einzulassen, da sie dort einen enormen Mehrwert erkennen. Wenn sich Crowdworker immer wieder auf neue Projekte, andere Crowdworker und deren Arbeitsweisen einließen, dann stärke dies ihre Veränderungsbereitschaft. Vor allem in der Designbranche förderten wechselnde Kooperationen die Kreativität der Crowdworker, die in einem geschlossenen Arbeitsumfeld weniger Inspiration erführen.

Ringleb stellt klare Anforderungen an Crowdworker. Sie sollten gegenüber den Plattformen nachweisen müssen, dass sie eine angemessene Vorsorge für das Alter treffen und zur beruflichen Weiterentwicklung Fortbildungen besuchen.

Eine Möglichkeit zur fairen Entlohnung von Crowdworkern im Designbereich sieht Ringleb in der Anwendung des Vergütungstarifvertrags für Designleistungen (VTV Design), der in den vergangenen vier Jahrzehnten stetig weiterentwickelt wurde.

Um Plattformen attraktiver auszurichten, müsse ein Austausch unter den Crowdworkern angeboten werden. Wünschenswert wären Diskussionsforen mit Gruppenfunktion, um einen Erfahrungstransfer unter Designerinnen und Designern zu ermöglichen. Die Förderung des Austauschs der Crowdworker untereinander könne zu einem echten Wettbewerbsvorteil für Design-Plattformen werden.

Dr. Florian Alexander Schmidt, Chefredakteur agenda design

Dr. Florian Alexander Schmidt ist Chefredakteur des Printmagazins agenda design und beschäftigt sich seit zehn Jahren mit dem Thema Crowdsourcing und Crowdworking. Bereits im Jahr 2009 hat er eine Konferenz über das Verschwimmen der Grenzen zwischen Amateur und Profi im Design veranstaltet.

Schmidt zählt die flexible Einteilung der Arbeitszeit zu den bedeutendsten Vorteilen des Crowdworkings. Die Flexibilität ermögliche es den Crowdworkern, Familie und Beruf bzw. Freizeit und Beruf in Einklang zu bringen. Die damit einhergehende Freiheit der Crowdworker erzeuge aber auch eine geringere Planungssicherheit bei den Auftraggebenden. Man könne die Auftrag gebenden Unternehmen beispielsweise nicht dazu verpflichten, den Crowdworkern einen Lohn nach normalen Standards zu zahlen, wenn die Crowdworker ihrerseits keinerlei Verpflichtung eingehen wollen. Regulierungsbestrebungen führen laut Schmidt dazu, dass man von dem offenen Crowdprinzip abrücken muss – denn Regulierungen würden alle Beteiligten betreffen. Flexibilität entstehe erst durch die unverbind-

liche Form der Zusammenarbeit, die Schmidt als „gegenseitige Verantwortungslosigkeit“ bezeichnet.

Crowdworking trägt auch zu Transparenz bei. Da Crowdworker ihre persönlichen Daten bei der Plattform hinterlegen, wird offensichtlich, wer welche Aufträge bearbeitet hat und in welcher Höhe diese entlohnt wurden. Allerdings bestehe auch die Gefahr, dass Plattformen nicht ausreichend den persönlichen Datenschutz der Crowdworker beachten.

Problematisch sind für ihn Plagiatsvorwürfe gegen Crowdworker. Wenn Crowdworker unter enormem Zeitdruck beispielsweise Designideen einreichen, neigen sie dazu, bereits Bekanntes zu verwenden. Belangt werden könne in einem Rechtsstreit lediglich der Crowdworker, nicht aber die Plattform – die Risiken liegen zum größten Teil beim Crowdworker selbst.

In einigen Branchen werde der Nachweis von Qualifikationen zunehmend wichtiger oder sogar zwingend notwendig, wie z. B. im Ingenieurwesen oder in der Medizin. Schmidt weist darauf hin, dass das Crowdprinzip nicht mehr greift, je mehr Qualifikationen verlangt und nachgewiesen werden müssen, da die Crowd dadurch eingeschränkt wird und nicht mehr undefiniert ist. Je höher die Qualifikation, desto höher sei meist auch die Vergütung, was bei den Auftraggebenden wiederum mit einem Wunsch nach mehr Kontrolle einhergehe, da das Kostenrisiko steige.

Der Nachweis von Qualifikationen gestaltet sich laut Schmidt im Designbereich schwierig, da „Designer/in“ keine geschützte Berufsbezeichnung ist und sich jede/r „Designer/in“ nennen darf. Zwar könne man einen entsprechenden Abschluss (Ausbildung/Studium) verlangen, allerdings gebe es viele sehr gute Designer/innen, die nicht über einen Abschluss verfügten. Um diese Problematik zu umgehen, laden einige Designplattformen wie z. B. Jovoto Designerinnen und Designer basierend auf zuvor erbrachten Leistungen auf der Plattform gezielt zu bestimmten Projekten ein. Das Projekt könne dann nur von den eingeladenen Kreativen bearbeitet werden, die jeweils einen Sockelbetrag erhalten, der je nach Input erhöht werde. Die Moderation sei bei diesem Modell besonders wichtig und

erhöhe die Qualität der Ergebnisse. Diese Art des Crowdfworkings habe jedoch ihren Preis. Schmidt äußert die Hoffnung, dass zunehmend nicht das Kriterium „billige Arbeit“ zu der Entscheidung führt, ein Projekt an die Crowd zu geben, sondern dass Crowdwork mit hoher Qualität in Verbindung gebracht wird.

Die Auslagerung von Arbeit an eine völlig undefinierte Crowd und faire Bezahlung schließen sich Schmidts Meinung nach aus: Entweder, man selektiert im Vorfeld und zahlt anständige Löhne, weil man sich auf die Crowd verlassen kann, oder man entscheidet sich für einen offenen Crowdstorm und zahlt wenig, weil man das Risiko eingeht, unzureichende Ergebnisse zu bekommen.

Hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit der Plattformen weist Schmidt darauf hin, dass es eine erhebliche Dynamik und großen Wettbewerb in diesem Segment gibt. Kleinere Plattformen würden nicht selten von größeren aufgekauft. Vermittlungsplattformen wie AirBnB und Uber machten tendenziell mehr Umsätze, weil sie stärker nachgefragt werden und die Nachfrage konstant bleibe. Viele Plattformen investieren ihre Gewinne stets in Marketingmaßnahmen, um Wachstum zu generieren. Um als Plattform mit hoher Qualität zu bestehen, sei eine verlässliche und zufriedene Crowd von Vorteil.

In der aktuellen Entwicklung der sogenannten *Sharing Economy* erkennt Schmidt eine Fortführung der Crowdfworking-Mechanismen in der physischen Welt. Aus dem ursprünglich gemeinnützigen Ansatz der *Sharing Economy* hat sich zunehmend eine *Gig Economy* (digital vermittelte Kurzzeitjobs) etabliert. Plattformen wie z. B. Uber, AirBnB, Helpling und Lieferando vermitteln ortsbezogene Dienstleistungen digital an Solo-Selbstständige. Während die beteiligten Akteurinnen und Akteure des „klassischen“ Crowdfworkings ortsunabhängig weltweit tätig sein können, was beispielsweise eine Regulierung in Bezug auf angemessene Entlohnung erschwere, führe die Ortsgebundenheit der neueren *Gigworking*-Formen dazu, dass die Rechtsprechung des jeweiligen Landes gelte.

Aktuell finde in Berlin ein erheblicher Konkurrenzkampf zwischen den Gig-Plattformen, besonders den Lieferdiensten, statt. Um auf

dem Markt bestehen zu können, würde die Entlohnung der Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer immer geringer ausfallen. Da Plattformen derzeit noch willkürlich in die Arbeitsbedingungen und die Vergütung der Crowdworker eingreifen können, finde eine Entwertung der Arbeit statt.

Robert Fuß, Politischer Sekretär beim Vorstand der IG Metall in Frankfurt

Die IG Metall betreibt seit Mai 2015 die Plattform faircrowdwork.org. Auf diesem Portal können Crowdworker „ihre“ Crowdfworking-Plattform bewerten, sich austauschen, vernetzen und juristisch beraten lassen. Hintergrund dafür waren Befürchtungen der IG Metall, dass es zu einer „Amazonisierung“ der Arbeitswelt kommen könnte, wenn sich prekäre Beschäftigungsformen über Plattformen ausbreiten.

Die Anzahl der Crowdworker in Deutschland kann nur geschätzt werden. Fuß nimmt an, dass es in Deutschland circa eine Million Crowdworker gibt. Eine belastbare Gesamterfassung sei wünschenswert, allerdings sei weder die Gewerbe- noch die Einkommenssteuerstatistik für die Ermittlung der beschäftigungspolitischen Dimensionen geeignet. Auch die Plattformen selbst seien nur bedingt zur Erfassung geeignet, weil viele Crowdworker sehr sporadisch arbeiteten und nicht selten über mehrere Accounts verfügten. Die Entwicklung sei insgesamt zu dynamisch, um Prognosen über die weitere Entwicklung abzugeben.

Nach Fuß' Einschätzung wird die digitale Arbeit auf jeden Fall zunehmen. Neben den vagen Zahlen zu den Crowdworkern ändere sich auch die Zahl der Plattformen fast täglich. Es kämen nicht nur welche hinzu, sondern es hätten auch bereits wieder welche aufgegeben oder hätten sich zusammengeschlossen. Denkbar sei auch ein Konzentrationsprozess ähnlich wie bei Facebook und YouTube.

Die Sicherstellung eines Mindestentgelts für Crowdworker sei notwendig, fraglich sei die Berechnungsgrundlage. Hier sei vor allem die Relation von Aufgabenstellung und aufgewendeter Arbeitszeit zu überprüfen. Ein Stun-

denlohn, der mindestens dem gesetzlichen Mindestlohn entspricht, müsse von Crowdworkern erzielt werden können. Kritisch anzumerken seien außerdem die undurchschaubaren Bewertungssysteme der Plattformen zu den geleisteten Arbeiten, die bei einer als unzureichend eingeschätzten Leistung nicht entlohnt würden.

Derzeit ist die Beschäftigungssituation in Deutschland gut, sodass Crowdworker, die mit der Entlohnung nicht zufrieden seien, die Möglichkeit hätten, die Plattform zu verlassen. Fraglich sei jedoch, wie sich Crowdfworking unter ungünstigeren wirtschaftlichen Bedingungen entwickeln würde.

Das Beratungsangebot der IG Metall Plattform faircrowdwork.org wird von Crowdworkern zurzeit häufig zur Klärung rechtlicher Fragen, besonders zum Steuerrecht genutzt. Von Seiten der IG Metall sei es wünschenswert, wenn mehr Austausch stattfinden würde.

Bedeutsam ist ein Erfahrungsaustausch der Crowdworker untereinander. Aus unterschiedlichen Gründen ist dies jedoch nicht auf allen Plattformen gegeben. Zum einen werde durch eine Chatfunktion eine Moderation erforderlich, wozu aber einigen Plattformen die personellen Ressourcen fehlten. Zum anderen könne eine Chatfunktion zur Folge haben, dass sich die Mitglieder vernetzen, eigene Projekte entwickeln und unabhängig von der Plattform kollaborieren. Bei einigen Plattformen wiederum herrscht die Meinung vor, der Austausch untereinander könnte die Crowdworker vom Arbeiten abhalten. Als Negativbeispiel sei hier Amazon Mechanical Turk (Plattform mit Sitz in den USA, Angebot von Microjobs) zu nennen, wo der Austausch untereinander ausdrücklich nicht erlaubt und gewollt ist.

Um Konflikte zu lösen, sei eine Plattform nur bedingt geeignet, da sie im Zweifel Position beziehen muss für einen Crowdworker oder einen Auftraggebenden. Beiden gerecht zu werden, sei schwierig, weshalb es von Vorteil sein könne, wenn eine Konfliktbereinigung in einem Raum abseits der Plattform stattfinden würde.

Plattformen, die wettbewerbsbasiert arbeiten, seien kritisch zu bewerten, da hier von

den Crowdworkern Leistungen gefordert, aber nur das prämierte Ergebnis vergütet wird. Hier gebe es Regulierungsbedarf.

Den Wunsch der Crowdworker nach einer Verifizierung der auf den Plattformen verwendeten Algorithmen durch die Gewerkschaften – ermittelt in der Studie von Al-Ani und Stumpp⁵⁹ –, sieht Fuß skeptisch. Die Plattformen optimierten die Algorithmen schon aus eigenem Interesse so, dass sie möglichst effizient seien. Es sei zudem schwer nachweisbar, inwiefern ein Algorithmus einen bestimmten Crowdworker ausschließt.

Insgesamt ist eine Interessenvertretung der Crowdworker wichtig, um der bestehenden Machtasymmetrie der digitalen Arbeit entgegenzuwirken. Jedoch muss auch die Finanzierung von Gewerkschaftsarbeit abgesichert werden.

Seit Anfang 2016 ist es möglich, dass Solo-Selbstständige Mitglied der IG Metall werden; die Satzung wurde entsprechend geändert. Anreize für Solo-Selbstständige, sich gewerkschaftlich zu organisieren, könnten über das Angebot von speziellen Services für diese Gruppe gesetzt werden. Es gibt dazu von den Gewerkschaften bereits Überlegungen, die aber noch weiterentwickelt werden müssen.

Zur sozialen Absicherung von Selbstständigen betont Fuß, wie essentiell Kranken- und Rentenversicherung sind. Ein Grundstock an Versicherungen sei für die zwei Millionen Solo-Selbstständigen in Deutschland wichtig. Problematisch sei, dass viele der Solo-Selbstständigen nicht die finanziellen Mittel hätten, um die erforderlichen Versicherungsbeiträge zu zahlen.

Kritisch sieht Fuß, dass vor allem junge Leute die dauerhaft hohe Arbeitsbelastung beim Crowdfworking unterschätzen. Hier stimmt er der Studie von Al-Ani zu, der zufolge Crowdworker ihre Arbeit nicht kritisch hinterfragen. Crowdwork sei neu und hip, und während man sich selbstverständlich in der digitalen Welt bewege, mache man sich kaum Gedanken um gute Arbeitsbedingungen und soziale Absicherung.

⁵⁹ Vgl. Al-Ani / Stumpp (2015): *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen*, S. 4.

Crowdworking habe jedoch auch positive Effekte, da es Freiheiten erlaube, die ein festes Arbeitsverhältnis nicht bietet. So könne man sich zum Beispiel einfach ein paar Tage lang nicht einloggen und habe auch zeitlichen und räumlichen Gestaltungsspielraum, der die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erhöhen könne. Zur Freiheit gehöre auch, selbst bestimmen zu können, ob man einzelne Aufträge annehme oder nicht.

Die Klärung des rechtlichen Status der Crowdworker (also Arbeitnehmer oder selbstständig), Vergütung, Sozialversicherungen und Mitbestimmung hält Fuß für die Bereiche mit dem höchsten Handlungsbedarf beim Crowdworking.

Gunter Haake, Geschäftsführer des Beratungsnetzwerks mediafon und Referent im Referat Selbstständige bei der ver.di Bundesverwaltung

Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di verfügt seit dem Jahr 2000 über ein Referat für Selbstständige; die mediafon GmbH ist der Beratungsservice von ver.di für Solo-Selbstständige.

Haake schätzt, dass Crowdworking zunehmen wird und hält dies auch für sinnvoll – für alle Beteiligten –, vorausgesetzt, dass Crowdwork als gute Arbeit organisierbar ist. Dann biete die Arbeitsform viele Vorteile, wie z. B. den Zugewinn von Freiheit und Freizeit für die Crowdworker. Diese Arbeitsform aber berge auch die Gefahr, dass Unternehmen und Institutionen das Crowdsourcing als billige Alternative wahrnehmen, was zu Lohn- bzw. Honorardumping führen könne. Vor allem für Solo-Selbstständige wäre diese Entwicklung verheerend. ver.di fordert, dass selbstständige Arbeit genauso teuer ist wie abhängige Arbeit.

ver.di plane zurzeit keine Offensive für Crowdworker. Als etablierte Gewerkschaft mit guter Vernetzung sei ver.di jedoch durchaus offen für die Belange von Crowdworkern – sofern sich diese selbst engagieren wollen. Wenn sich Crowdworker an die Gewerkschaft wenden, beitreten und aktiv werden wollen, sei das sehr zu begrüßen.

Hinsichtlich der Organisation in der Gewerkschaft müsse man aber zwischen Arbeitsform und Beruflichkeit unterscheiden, denn Menschen organisierten sich nicht nach der Arbeitsform, sondern nach der Beruflichkeit. Deshalb ließen sich auch Crowdworker nicht als eine Gruppe zusammenfassen und vertreten, denn sie verbindet einzig die Arbeitsform, nicht aber die Branche. Sinnvoll sei einzig die Unterteilung in „Spielklassen“, die gemeinsame Interessen haben: Crowdworker, die für ausländische Unternehmen tätig sind, spezialisierte Crowdworker mit hoher Verhandlungsmacht und weniger spezialisierte Crowdworker mit geringerer Verhandlungsmacht.

Der Einfluss der Gewerkschaften beruhe darauf, dass Mitglieder durch den Entzug ihrer Arbeitskraft Druck gegenüber den Auftrag- bzw. Arbeitgebenden aufbauen könnten. Wenn sich etwa die High Potentials der IT-Branche zusammenschließen und gewerkschaftlich organisierten, verfügten sie über dieses Druckpotenzial. Die High Potentials haben aber laut Haake oftmals gar kein Interesse daran, einer Gewerkschaft beizutreten, weil sie durch ihre ausgeprägten Fachkenntnisse sehr hohe Stundenlöhne erzielen und im Allgemeinen mit ihrer Arbeitssituation zufrieden seien. Schließen sich jedoch die Microtask-Jobber zusammen, könne zurzeit kein Druck auf den Arbeitsmarkt erzeugt werden, weil diese Crowdworker nur gering verdienen und schnell durch andere ersetzt würden. Der Microtask-Bereich des Crowdworkings sei deshalb für Gewerkschaften kaum zugänglich.

Bislang greife das Betriebsverfassungsgesetz nur, wenn Unternehmen mit einem Betriebsrat eine Crowdworking Plattform einrichten. Der Betriebsrat könne in diesem Fall das Informations- und Unterrichtsrecht einfordern. Echte Mitbestimmungsrechte hätten Betriebsräte, wenn sich digitale Schnittstellen der Aktivitäten der Plattform mit den Arbeiten der eigenen Belegschaften ergäben.

Im Moment profitiere Deutschland von einem stabilen und günstigen Arbeitsmarkt. Unter ungünstigeren wirtschaftlichen Bedingungen wäre es noch wichtiger über geeignete Regulierungsmechanismen für eine faire Entlohnung und soziale Absicherung im Crowdwork-

king zu verfügen. Daran müssten sich auch die Auftraggebenden beteiligen. Sonst könnte der Preis zum alleinigen Regulativ werden und sich eine Abwärtsspirale nach unten in Bewegung setzen.

Haake sieht dringenden Handlungsbedarf zu einer besseren sozialen Absicherung von Solo-Selbstständigen. Zurzeit sei nicht detailliert bekannt, wie viele der rund 2,3 Millionen Solo-Selbstständigen in welchen Branchen in Deutschland tätig sind.

4.2 Sichtweisen von Crowdworking-Plattformen

Plattformen fungieren als Projektmanagement und Intermediär. Sie stehen in der Kommunikation zwischen den Crowdworkern und den Crowdsourcern. Für Crowdworker nehmen Plattformen die Funktion des Auftraggebenden ein.

Ivo Betke, Gründer und CEO von webcrowd UG (haftungsbeschränkt)

Webcrowd ist eine IT Recruiting Agentur in Berlin, die im Jahr 2011 von Ivo Betke gegründet wurde und mittlerweile auf einen Pool von 350 Freelancern zurückgreifen kann, die entweder *on-site* (vor Ort) oder *remote* (aus der Ferne) arbeiten.

Crowdsourcing und Crowdworking sind für Betke dann von Bedeutung, wenn ein Unternehmen nicht über die notwendigen internen Ressourcen verfügt, um ein Projekt voranzubringen. Man verlässt sich im Falle dessen auf ein Netzwerk von Ressourcen, das autark funktioniert.

Nach Einschätzung von Betke geht es beim Crowdworking um eine Distribution von Aufgaben, die kleinteilig und modularisiert zur Bearbeitung an die Crowd gehen. Niedrigschwellige Arbeit hat nach Betkes Einschätzung allerdings keine langfristige Chance zu bestehen, da diese Jobs in Zukunft von speziell entwickelter Software bearbeitet werden können. Als Beispiel nennt er Übersetzungsarbeiten, die schon heute über Dienste wie Google Translate möglich, aber bisher noch nicht ganz ausgefeilt sind. Hier stelle sich lediglich

die Frage, *wann* ein Programm selbstständig und fehlerfrei Texte übersetzen kann. Damit Crowdworking eine Zukunftschance hat, müssen deshalb höherwertige Aufgaben verteilt werden. Bis Microjobs aber tatsächlich obsolet sind, vergehen nach Betkes Einschätzung noch 5, 10 oder 20 Jahre.

Allerdings sei für viele Menschen ein direkter Kontakt immer noch sehr wichtig. Auch aus diesem Grund gebe es noch immer Callcenter. Anstatt mit einem Programm oder einer automatisierten Telefonstimme zu sprechen, präferierten Kundinnen und Kunden den Kontakt zu einem Menschen – ob nun persönlich oder telefonisch –, der auf ihre Wünsche und Bedürfnisse eingeht und direkt Fragen beantwortet kann.

Die auf Plattformen teilweise auf Algorithmen basierenden Bewertungen von Arbeitsergebnissen und Crowdworkern sind nach Betkes Einschätzung nicht weniger aussagekräftig als ein traditionelles Arbeitszeugnis – eher im Gegenteil. In diesem Zusammenhang erwähnt er, dass es Studien gibt, in denen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Teil persönlich und zum Teil computerbasiert ausgewählt wurden. Diese nach unterschiedlichen Kriterien ausgewählten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden nach einem bestimmten Zeitraum im Unternehmen auf ihre Eignung überprüft: Im Ergebnis waren die nach Algorithmen ausgewählten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 75 Prozent der Fälle geeigneter als die, die „traditionell“ mittels persönlicher Gespräche ausgewählt wurden. Die Manipulation von Algorithmen könne mithilfe einer *Block Chain* verhindert werden: ein Pool von Leuten muss (wie z. B. bei eBay oder amazon) einer Änderung von Bewertungen zustimmen, bevor sie durchgeführt werden kann.

Eine Bewertung von Crowdworkern sollte nach Betkes Meinung immer ergebnis- und aufgabenorientiert sein sowie inhaltsgebunden – das Ergebnis der Arbeit sei weitaus wichtiger als die Zeit, die für die Bearbeitung aufgewendet wird. Entsprechend sollte auch die Bezahlung gestaltet werden: Gelten solle das Prinzip „Geld gegen Ergebnis“ und nicht „Geld gegen Zeit“, wobei Betke hier explizit von Crowdworkern spricht, die z. B. in der

Softwareentwicklung hochproduktiv sind und in kurzer Zeit viele Inhalte generieren.

Dass es mitunter schwierig sein kann, die Leistung eines Crowdworkers zu bewerten, weiß Betke aus eigener Erfahrung. Hier geht er auf die Idee eines *negotiation engine* – eines Verhandlungsmotors – ein, der sich derzeit in der Entwicklung befindet. Das Programm soll zwischen den Auftraggebern und den Auftragnehmerinnen und Auftragnehmern automatisiert verhandeln. Beide Parteien geben dabei ihren jeweiligen Standpunkt an, woraufhin der Algorithmus den Konsens findet.

Betke ist sich durchaus bewusst, dass Crowdworking in der IT-Branche deshalb gut funktioniert, weil Softwareentwicklerinnen und Softwareentwickler stark nachgefragt sind und sie sich die Projekte, an denen sie mitarbeiten wollen, häufig aussuchen können. Anders als in anderen Branchen bewerben sich IT-Spezialisten und -Spezialistinnen in der Regel nicht mittels traditioneller Bewerbungen um Jobs. Durch die starke Nachfrage und die Möglichkeit der Projektarbeit verschieben sich auch die Machtsymmetrien: Eine Softwareentwicklerin oder ein Softwareentwickler bewirbt sich nicht um einen festen Job bei einem Unternehmen, sondern die Unternehmen werben um die Zusammenarbeit in einem bestimmten Projekt. Eine dauerhafte Beschäftigung wäre vor allem für kleine Unternehmen teuer, da die speziellen Leistungen selten dauerhaft benötigt würden. Hinzu kommt, dass viele Softwarespezialisten frei arbeiten wollen. Sie ziehen Flexibilität vor und haben den Wunsch, unter ihresgleichen zu arbeiten. IT-Spezialisten und -spezialistinnen mit geringerer Expertise werden, so Betke, in einigen Jahren zwangsläufig durch immer besser entwickelte Programme ersetzt.

Die Gefahr einer nicht angemessenen Entlohnung für Crowdworker allgemein sieht Betke durch den gesetzlichen Mindestlohn gebannt. Es sei Aufgabe des Staates, eine Linie festzusetzen, um Lohndumping zu verhindern.

Gestaltungsbedarf für den Standort Berlin sieht Betke in der Beratung und Unterstützung für Selbstständige zu steuerlichen Fragen, aber auch hinsichtlich Krankenversicherung und Altersvorsorge. Angeregt wird eine Art „Fürsorgezentrum“ des Landes Berlin

– eine Plattform, die Selbstständige dementsprechend unterstützt.

Dr. Marko Jakob, Geschäftsführer der expertcloud.de GmbH

Die expertcloud.de GmbH betreibt ein virtuelles Callcenter mit etwa 300 Crowdworkern und 23 angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Firmensitz in Berlin. Zu der Kundschaft der im Jahr 2010 gegründeten expertcloud gehören einige große und namhafte Unternehmen.

Während sich expertcloud zu Beginn als Plattform definiert habe, sehe man sich inzwischen sehr viel eher als Dienstleister. Die ursprüngliche Geschäftsidee, Telefon-Jobs zu vermitteln, habe sich nicht bewährt. Um gute Arbeitsergebnisse zu erzielen, habe sich die Aufgabe als zu komplex erwiesen. Daher habe expertcloud frühzeitig umgesteuert und einen Stamm von Expertinnen und Experten, wie die Crowdworker bei expertcloud heißen, aufgebaut. Inzwischen bilde expertcloud seine Crowdworker in bis zu sechswöchigen intensiven Schulungen aus, bevor sie zum Einsatz kämen.

Rekrutiert würden die Crowdworker je nach Anzahl der Aufträge und Bedarfe der beauftragenden Unternehmen. Dies geschehe relativ klassisch mittels online Jobbörsen und über die Arbeitsagentur, aber auch via eBay Kleinanzeigen. Je nach Auftrag seien bestimmte Vorkenntnisse und Qualifikationen der Crowdworker gefragt. Interessierte sendeten Bewerbungen an expertcloud, die von der dortigen Human-Resources-Abteilung ausgewertet würden. Zwingend erforderlich seien der Nachweis der Selbstständigkeit und ein Gewerbeschein. Eine Scheinselbstständigkeit müsse ausgeschlossen werden können. Nach einem erfolgreichen Skype-Gespräch werde der Crowdworker an die Trainingsabteilung verwiesen, wo er in zwei bis sechs Wochen bis zu sechs Stunden täglich in der Cloud über Webinare und E-Learning für die neue Tätigkeit qualifiziert werde. Bereits in dieser Trainingsphase werde der Crowdworker entlohnt. Ab Juli 2016 werde expertcloud den Crowdworkern nach erfolgreichem Abschluss der

Trainingsphase ein Zertifikat ausstellen, als Nachweis der erworbenen Qualifikation. Die Abbruchquote ist laut Jakob relativ hoch. Nur etwa 20 bis 25 Prozent der ursprünglichen Bewerberinnen und Bewerber kämen letztlich zum Einsatz. Dies erklärt Jakob damit, dass Crowdworker bei expertcloud im Vorfeld viel Zeit investieren müssen, bevor sie arbeiten können. Das Training habe einen großen Stellenwert, ein Viertel der festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmere sich um die Schulung der „Experten“. Sobald deutlich werde, dass ein Crowdworker im Arbeitsalltag vermehrt unzureichende Ergebnisse erzielt, ermutige expertcloud diesen, erneut an einem Training teilzunehmen.

Die Profile der „Experten“ bildeten eine große Spannweite. Es seien Menschen mit Behinderung dabei, für die das Crowdworking aufgrund von Immobilität die einzige Möglichkeit der Erwerbsarbeit sei. Geringqualifizierte, Menschen mit Berufsausbildung und auch Akademikerinnen und Akademiker sind als „Expertinnen“ und „Experten“ tätig. Ein Großteil von ihnen lebe in mittelgroßen Städten in Deutschland, etwa zehn Prozent der Crowd habe ihren Wohnsitz jedoch im Ausland, z. B. in Thailand oder in der Dominikanischen Republik. Allerdings müssten die Crowdworker fließend Deutsch sprechen.

Das Geschlechterverhältnis ist nach Angaben von Jakob ausgewogen, die meisten Crowdworker seien zwischen 35 und 50 Jahre alt. Durchschnittlich arbeite eine „Expertin“ oder ein „Experte“ ein bis eineinhalb Jahre auf der Plattform, wobei anzumerken sei, dass die Verweildauer mit der Höhe der Entlohnung und der Qualifizierung steige.

Eine Beendigung der Tätigkeit erfolge meist durch den Crowdworker, in der Regel jedoch ohne dass es zu einer „offiziellen“ Abmeldung käme, was dem unverbindlichen Charakter des Crowdworkings entspreche. Inzwischen folge man der Richtlinie, ein Nutzerkonto abzuschalten, wenn der Crowdworker vier Wochen lang nicht erreichbar war. Arbeitszeugnisse seien von den Crowdworkern bisher nicht nachgefragt worden, im Falle einer Anfrage würden die internen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf das klassische Arbeitszeugnis zurückgreifen. Allerdings würde Jakob es sehr

begrüßen, wenn eine unabhängige Plattform eingerichtet würde, die allgemeingültige Kriterien zur Bewertung von Crowdwork vorgibt.

Laut Jakob entschieden sich etwa 85 Prozent der für expertcloud tätigen Crowdworker bewusst für die Selbstständigkeit. Der Zugang zur Arbeit erfolge über einen Wochenkalender auf der Plattform, in den sich die „Expertinnen“ und „Experten“ für die von ihnen gewünschten halbstündigen Zeitfenster eintrügen. Damit verpflichte man sich, in dieser Zeit Anrufe entgegenzunehmen. Diese Schichtpläne würden drei Wochen im Voraus freigeschaltet. Die zeitlichen Rahmen, in denen telefoniert werden soll, werde von expertcloud zusammen mit den Auftrag gebenden Unternehmen festgelegt.

Das Vergütungsmodell ist laut Jakob sehr komplex. In den letzten Jahren sei die Entlohnung deutlich verbessert worden. Je nach Kunde bzw. Kundin erfolge die Vergütung pro Stunde oder nach Anzahl der Anrufe, die ein Crowdworker angenommen habe. Dabei müsse immer bedacht werden, dass ein Crowdworker die Plattform verlasse, wenn expertcloud zu wenig zahle. Insofern bestimme der Crowdworker die Höhe der Entlohnung mit.

Jakob identifiziert das Crowdworking als eine Chance zur Lösung des branchenübergreifenden Fachkräftemangels. Die Plattformen bringen die Arbeit zu den Crowdworkern. Durch die Ortsungebundenheit und Flexibilität sei es nicht notwendig, dass die Menschen der Arbeit folgten, um erwerbstätig zu sein, und Betriebe seien nicht auf das lokal verfügbare Fachkräftepotenzial angewiesen.

Die Konzentration der Crowdworking-Plattformen in Berlin erklärt Jakob mit der florierenden Start-up-Szene in der Hauptstadt. Eine Idee von der Herausbildung einer Branche sei bei den Plattformbetreibern nicht vorhanden. Allerdings habe es schon Kooperationen mit Wettbewerbern gegeben, die vom Konzept der expertcloud überzeugt waren, oder weil es sich zur optimalen Umsetzung eines bestimmten Auftrags angeboten hätte. Der Standort Berlin sei durch die räumliche Nähe zu anderen Start-ups ein Vorteil. Die Netzwerke seien allerdings weniger auf die Unternehmen, sondern eher auf die Menschen, die agieren, zurückzuführen.

Hans Speidel, Geschäftsführer der Crowd Guru GmbH

Die im Jahr 2008 gegründete Crowd Guru GmbH ist eine Microtasking-Plattform, die ihren Kundinnen und Kunden unter anderem Datenerfassungen, Produktbeschreibungen und Adressrecherchen via Bearbeitung durch die Crowd anbietet. 15 angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen die Betreuung der etwa 40.000 registrierten Crowdworker, das Projektmanagement und die Akquise sicher.

Hans Speidel verweist auf die Chancen, die durch Crowdsourcing und Crowdworking entstehen. Unternehmen können Arbeiten in Auftrag geben, zu denen ihnen eigene Ressourcen fehlten, die sie aber auch nicht dauerhaft benötigten. Für Crowdworker wiederum sei es eine gute Möglichkeit, flexibel nebenberuflich zu arbeiten und Beruf und Familie in Einklang zu bringen. Zudem ermögliche das Crowdworking Menschen in strukturschwachen Regionen den Zugang zur Erwerbsarbeit.

Speidel erläutert, dass der Zugang beim Crowdworking niedrigschwellig ist. Es bedarf lediglich einer Anmeldung auf der Plattform, die Angabe des Klarnamens, der Adresse und der Steuernummer des Crowdworkers. Einige Aufgaben erforderten kurze Tests hinsichtlich des Sprachstils und der Grammatik, um die Qualität der Ergebnisse zu gewährleisten oder um den Crowdworkern die Richtlinien einzelner Aufgaben zu verdeutlichen.

Die Mitglieder der Crowd sind hauptsächlich aus Deutschland, da die Arbeitsaufträge, die Crowd Guru anbietet, die deutsche Sprache voraussetzen.

Eine Überprüfung der Arbeitsergebnisse erfolge bei Texterstellungen und anderen komplexen Aufgaben durch das Projektmanagement. Bei der Datenbearbeitung hingegen finde meist eine stichprobenartige Überprüfung statt; über die Höhe der Stichprobe entscheide der Kunde / die Kundin. Möglich sei auch eine Überprüfung der Ergebnisse durch ein sogenanntes *Matching-System*, dem Vergleich der Arbeitsergebnisse mehrerer Crowdworker. Algorithmen können bei einfachen Aufgabenstellungen auch zur Überprüfung der Ergebnisse eingesetzt werden.

Im Hinblick auf die Vergütung der Crowdworker orientiere sich Crowd Guru an den Mindestlohn. Gelegentlich bestimmten aber auch die Crowdworker die Höhe des Honorars, wenn sie die Einschätzung haben, dass die Entlohnung nicht im angemessenen Verhältnis zum Arbeitsaufwand steht.

Crowd Guru vergütet grundsätzlich jede erledigte Aufgabe – allerdings nicht, wenn ein Betrugsverdacht besteht. Bei mehrmaligen offensichtlichen Betrugsversuchen behalte sich Crowd Guru vor, einen Crowdworker nach einer Verwarnung zu sperren.

Von den registrierten Crowdworkern auf der Plattform sind nach Angaben von Speidel mehrere tausend monatlich aktiv. Die Zahlen schwankten je nach Auftragslage der Crowdsourcing-Unternehmen und der Jahreszeit. Crowdworker seien in den üblichen Ferienzeiten etwas weniger aktiv. Die Herausforderung bestehe für Plattformen darin, das Verhältnis von Crowdworkern und Arbeitsaufträgen im Gleichgewicht zu halten, um die Zufriedenheit aller Beteiligten zu erreichen. Ziel sei es, die Fluktuation der Crowdworker möglichst gering zu halten, um eine Qualitätssicherung zu gewährleisten und eine gute Anzahl von interessanten Aufträgen zu akquirieren.

Speidel sieht noch keine Anzeichen, dass sich aus der digitalen Arbeitsform der Plattformen eine Branche entwickeln könnte. Die Anzahl der Plattformen sei in Deutschland noch vergleichsweise überschaubar. Zudem gebe es sehr unterschiedliche Bereiche, in denen Crowdsourcing angewendet werde. Manchmal sei der Einsatz einer Crowd nicht nur die maßgebliche, sondern auch die einzige Gemeinsamkeit zweier Plattformen. Um von einer Branchenentwicklung zu sprechen, müssten die Plattformen größer und das Crowdsourcing in den Unternehmen bekannter sein. Kooperationen unter Plattformen mit derselben Produktpalette finden laut Speidel aus Wettbewerbsgründen kaum statt. Gelegentlich empfehle Crowd Guru seinen Kundinnen und Kunden andere Plattformen, wenn Dienstleistungen erfragt werden, die Crowd Guru selbst nicht anbietet. Je nach Aufgabenbereich sei eine stärkere Vernetzung der Plattformen durchaus denkbar.

Die Ansiedlung von Crowdsourcing-Plattformen als Unternehmen sei in Deutschland geografisch sehr unterschiedlich. In Berlin existieren aufgrund der guten Gründungsbedingungen zahlreiche Start-ups. Wie viele Plattformen es aktuell in Berlin gebe, sei allerdings nicht bekannt. Einige Unternehmensgründungen im Crowdsourcing seien auch in Hamburg, München und Nürnberg erfolgt. Investoren aus den USA, die in Europa in Crowdsourcing investieren wollen, neigen aufgrund der günstigen Bedingungen eher zu einer Ansiedlung in Berlin.

Hinsichtlich der Entwicklung des Crowdsourcing verweist Speidel auf die Schwierigkeit, die technologische Weiterentwicklung adäquat einzuschätzen. Aufgaben wie die Spracherkennung seien vor zwei Jahren noch an die Crowd ausgelagert worden, wohingegen es heute zunehmend bessere Software gebe, die diese Aufgaben übernehmen könne. Als Plattform müsse man sich deshalb stets die Frage stellen, in welchen Bereichen menschliche Intelligenz noch von Nöten ist.

Ein Dilemma gebe es für Microtasking-Plattformen aktuell dort, wo Programme im Zuge des *machine learning* mit Informationen gespeist werden müssten, um später selbstständig zu funktionieren. Crowdworker verschlagworteten beispielsweise Bilder, um die Bilderkennung von Programmen zu optimieren – was wiederum auf lange Sicht dazu führe, dass das Programm die Arbeit der Crowd ersetze. Trotz dieses Beispiels werde es auch in Zukunft Arbeiten geben, die zum Crowdsourcing geeignet seien – man müsse sich als Plattform jedoch stetig weiterentwickeln, um mithalten zu können.

Die Arbeitsform Crowdworking werde das Normalarbeitsverhältnis nicht verdrängen oder gar ersetzen. Speidel hält den Vorwurf, Crowdworking habe zur Entlassung von abhängig Beschäftigten geführt, für nicht nachvollziehbar. Er begründet seine Aussage damit, dass viele Tätigkeiten, die heute von der Crowd erledigt werden, früher nicht existierten.

Entscheidend für eine Positionierung auf dem Markt sei für Plattformen die Akquise, die eine Herausforderung darstelle, da Crowdsourcing in Deutschland noch vergleichsweise unbekannt sei. Die Kundinnen-

und Kundenwerbung finde hauptsächlich auf Messen und Kongressen statt oder über den direkten Kontakt mit den Unternehmen via Kaltakquise. Gelegentlich kontaktiere man zur Kundinnen- und Kundengewinnung auch Wettbewerberinnen und Wettbewerber von Auftraggebern, die jedoch oft strukturell anders arbeiteten, sodass Crowdsourcing in einigen Fällen keine Option sei.

4.3 Sichtweise eines Unternehmens / Crowdsourcers

Eine vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung im Wirtschaftszweig Informationswirtschaft durchgeführte Umfrage im Jahr 2014 hat ergeben, dass Crowdsourcing bis zu dem Zeitpunkt lediglich von rund 3 Prozent der befragten Unternehmen in Deutschland genutzt wurde.⁶⁰ In Deutschland ist Crowdsourcing in Wirtschaftsunternehmen noch relativ unbekannt.

Natalie Zuchowski, Assistenz der Bereichsleitung Vertrieb und Regionaldirektion Nord-Ost im Segment Wirtschaft & Industrie bei der Sodexo Gruppe Deutschland

Die Sodexo Gruppe bietet seinen Kundinnen und Kunden umfassende Services zur Steigerung der Lebensqualität im Alltag. Von Empfangsdiensten bis Catering, über Logistik, Reinigungs- und Sicherheitsdienste bis hin zu Wartung und Instandhaltung – Sodexo sorgt für einen komfortablen, sicheren, gepflegten und kreativen Arbeitsplatz für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seiner Kundschaft. Sodexo ist weltweit in 80 Ländern tätig.

Mit der Einführung eines CRM-Systems (Kundenbeziehungsmanagement) ergab sich ein hoher Bedarf an Aktualisierungen und Ergänzungen des Datenbestands. Durch Recherchearbeit mussten die Angaben zu ausgewählten Unternehmen vervollständigt werden.

Ähnliche Aufträge waren von Sodexo bereits in der Vergangenheit zur Bearbeitung an Call Center vergeben worden. Die Zusammenar-

60 Vgl. Bertschek / Ohnemus / Viète (2016): *Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern*, (ZEW) (BMAS), S. 1.

beit war zwar den Erwartungen angemessen zufriedenstellend, dennoch war das Ergebnis nicht vollständig. So entschied sich das Unternehmen für neue Wege der Auftragsvergabe.

Die Internetrecherche von Sodexo führte zu einem zufälligen Kontakt mit einer Crowdsourcing-Plattform mit Unternehmenssitz in Berlin. Nach einem ersten persönlichen Beratungsgespräch wurde Sodexo von der Plattform eine Projektleiterin benannt, die für die weitere Auftragsbearbeitung als Ansprechpartnerin zur Verfügung stand. Der Auftrag umfasste die Recherche und Erfassung von Daten in einer für das Unternehmen reimportierbaren Form. So durfte bei einigen Datensätzen beispielsweise eine bestimmte Zeichenzahl nicht überschritten werden.

Der Auftrag wurde in mehrere Datensätze zerlegt und an die Plattform zur Bearbeitung übermittelt. Die Kosten für Sodexo setzten sich aus einem Festpreis für die Bearbeitung eines Datenpaketes und einem Preisaufschlag für Einzelaufgaben bzw. pro Datensatz zusammen. Das Angebot der Plattform war für das Unternehmen kostengünstiger, als ein herkömmlicher Anbieter solcher Auftragsarbeit sein konnte. Der Bearbeitungszeitraum umfasste vom ersten Kontakt bis zur Lieferung der ersten Ergebnisse nur fünf bis sechs Wochen. Mit Hilfe des Crowdsourcings bedurfte es lediglich einer Vor- und Nachbearbeitungszeit von dreieinhalb Stunden pro Datensatz.

Insgesamt war Frau Zuchowski mit der Leistung der Plattform zufrieden. Sie schätzt die hohe Flexibilität der Plattform und die gute Kommunikation. Die anfängliche Überschreitung der vorgegebenen Zeichenzahl der Kurztexthe, die von den Crowdworkern verfasst wurden, konnte durch ein Gespräch mit der Projektleiterin schnell behoben werden. Erforderliche Daten, die ausschließlich in Geschäftsberichten zu finden sind, seien von den Crowdworkern nicht ermittelt worden. Dies sei zwar ein Manko, allerdings geht Frau Zuchowski davon aus, dass entsprechend qualifizierte bzw. spezialisierte Crowdworker gegen Aufpreis auch Informationen aus Geschäftsberichten ziehen können. Eine erneute Zusammenarbeit mit einer Crowdsourcing-Plattform schließt Frau Zuchowski nicht aus.

Dass sie die Crowd, die die erforderlichen Daten ermittelt, nicht kennt, ist für Frau Zuchowski nebensächlich. Informationen, die die Crowd im Internet nicht findet, würden auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Sodexo nicht finden. Überprüft werden konnten diese recherchierten Daten aufgrund der Komplexität nur stichprobenartig, da man die Arbeit sonst nicht hätte auslagern müssen. Vertrauen in die Crowd war hier eine bedeutsame Grundvoraussetzung.

Der persönliche Austausch während des ersten Arbeitsgesprächs trug maßgeblich zur Vertrauensbildung und einer erfolgreichen Zusammenarbeit bei.

Unternehmen, die an Crowdsourcing interessiert sind, rät Frau Zuchowski, klein anzufangen und in einer Testphase mit kleinen und zunächst wenigen Datensätzen zu prüfen, wie umfangreich und genau die Aufgabenstellungen sein müssen, um gute Ergebnisse zu erzielen. Gegebenenfalls müssten die Vorgaben korrigiert werden, um das erwünschte Ergebnis zu erzielen. Hierzu sei ein regelmäßiger Kontakt zwischen Auftraggebendem (dem Unternehmen) und der Projektleitung (der Plattform) sehr wichtig.

4.4 Crowdsourcing und Crowdsourcing aus Sicht der Wissenschaft

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler verschiedener Fachrichtungen wie z. B. Politikologie, Jura und Soziologie beschäftigen sich seit Jahren mit dem Thema Crowdsourcing und Crowdsourcing, um das Phänomen dieser neuen Arbeitsform anhand von Studien zu erfassen. Eine aktuelle umfassende empirische Studie von Prof. Jan Marco Leimeister zum Crowdsourcing in Deutschland befindet sich im Erscheinen. Eine Studie der juristischen Fakultät der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) wird voraussichtlich im Frühjahr 2018 veröffentlicht.

Daniel Schönefeld, Soziologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der juristischen Fakultät der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)

Der Soziologe Daniel Schönefeld ist am Forschungsprojekt *Koordination selbstständiger*

Unselbstständigkeit: Erwerbsarbeit jenseits der Organisation im Internetzeitalter an der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) beteiligt. Dem zweieinhalbjährigen Projekt liegt ein interdisziplinärer Forschungsansatz zugrunde. Die Juristinnen Prof. Dr. Eva Kocher und Isabell Hensel, der Wirtschaftswissenschaftler Prof. Dr. Jochen Koch und die Soziologin Prof. Dr. Anna Schwarz wollen die Herausbildung neuer Rechtsverhältnisse, Organisationsmuster und Subjektpositionierungen durch Crowdsourcing erschließen.

Das Forschungsteam ist im September 2015 gestartet. In der bisher fast einjährigen Laufzeit konnten bereits zahlreiche Erkenntnisse gewonnen werden.

Daniel Schönefeld berichtet, dass am Beginn des Projekts eine multidisziplinär angelegte Plattformanalyse stand. Mit deren Hilfe wollten sich die Vertreter und Vertreterinnen der beteiligten Disziplinen zunächst einen ersten Überblick über das Feld verschaffen. Die Juristinnen im Projekt haben die Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausgewählter Plattformen nach verschiedenen Kriterien bzw. Fragestellungen durchleuchtet. Die Teilstudie steht kurz vor ihrem Abschluss. Eine Veröffentlichung folgt in Kürze. Die anderen Mitglieder im Team haben eine teilstandardisierte Analyse der Websites von insgesamt 50 Plattformen vorgenommen. Dabei gingen sie unter anderem der Frage nach, welche Tätigkeiten auf Plattformen – bzw. Abschnitte im Wertschöpfungsprozess – crowdsourct werden und welche Kompetenzen man mitbringen muss, um diese Jobs bearbeiten zu können. Auch hierzu wird die Forschungsgruppe bald eine Veröffentlichung vorlegen.

Zu den wichtigsten Ergebnissen der teilstandardisierten Plattformanalyse zählt Schönefeld die Einsicht, dass die meisten Crowdsourcing-Jobs keineswegs als simples Clickworking zu bezeichnen sind. Zahlreiche Tätigkeiten könne man nur bearbeiten, wenn man über eine profunde Ausbildung, nicht selten ein einschlägiges Studium, verfüge. Die in der Literatur gelegentlich angeführte Gleichheitsthese, der zufolge praktisch jede Person mit einem internetfähigen Computer am Crowdsourcing teilnehmen könne, müsse

deshalb relativiert werden. Ganz so offen, wie sich die Plattformen selbst beschreiben bzw. von anderen beschrieben werden, seien sie nicht. Und ebenso zeige diese Analyse, dass zahlreiche Crowdworker keineswegs nur eine sehr geringe Entlohnung erhalten, wie häufig angenommen wird.

Aktuell ist der Sozialforscher Schönefeld damit beschäftigt, mit verschiedenen Teilnehmenden am Crowdsourcing-Prozess Interviews zu führen. Auf Basis der Transkripte werden dann alle Disziplinen ihren spezifischen Fragestellungen nachgehen. Bisher wurden Gespräche mit Crowdworkern und Plattformen geführt.

Mit Blick auf die Mitglieder der Crowd berichtet er, dass fast alle Personen ihre Aktivitäten auf den verschiedenen Plattformen als eine Nebentätigkeit beschreiben. Sie würden diese Arbeitsform als interessant bezeichnen, weil sie ihnen eine hohe zeitliche Flexibilität und Autonomie bei der Auswahl von Jobs erlauben würde. Als interessant bezeichnet Schönefeld die Erkenntnis, dass die Crowdworker unterschiedliche Haltungen zu Gewerkschaften hätten. So würden zum Beispiel einige Crowdworker, die auf sogenannten Microwork-Plattformen arbeiten, die Aktivitäten und Forderungen der Gewerkschaften mit Skepsis betrachten. Die Befragten argumentierten, dass sie sich sehr sicher wären, einige dieser Plattformen könnten sich nicht am Markt behaupten, wenn deren Betreiber Beiträge zur Sozialversicherung für die Crowdworker abführen müssten. Letztlich würde ihnen dann eine finanzielle Einnahmequelle entzogen. Bei anderen Crowdworkern würde sich diese Auffassung jedoch nicht finden lassen, fügt Schönefeld hinzu.

Hinsichtlich der Interviews mit den Plattformen berichtet er, dass diese Firmen vermutlich oftmals aus einer Art Leidenschaft für ein bestimmtes Thema gegründet wurden. Viele der Interviewten beschrieben den Aufbau der Plattform nämlich als eine Art spielerisches Ausprobieren. Einige seien sich nicht sicher, ob ihr Geschäftsmodell zukunftsfähig sei. Andere hingegen präsentierten sich als fest etablierte Player in bestimmten Branchen, auf die man schon bald nicht mehr verzichten könne. Als erstaunlich beschreibt Schönefeld die Be-

obachtung, dass einige Plattformen andere Plattformen mit ähnlichem Leistungsspektrum kaum kennen würden bzw. diese Firmen nicht wirklich als Konkurrenz klassifizierten. Offenbar seien die Plattformen also noch sehr stark mit sich selbst beschäftigt. Der Soziologe sieht das als ein Indiz dafür, dass die „Crowdworking-Industrie“ ein volatiles Feld sei, das erst im Entstehen begriffen ist. Unter den Mitspielerinnen und Mitspielern herrsche also ein nur gering ausgeprägtes Bewusstsein dafür, wo die Grenzen des eigenen Feldes liegen – wer dazugehört und wer nicht – und wie das Feld intern differenziert ist. Dies zeige sich besonders deutlich während der Vorgespräche zu einem Interview: Wenn Schönefeld hier zunächst erläutert, welche Plattfortmtypen das Projekt genauer unter die Lupe nehmen wolle, würden sich fast alle Interviewpartnerinnen und -partner erstaunt darüber zeigen, wie bunt das Crowdworking-Feld doch sei.

Die Frage, ob Crowdworking zu einem Rückgang des Normalarbeitsverhältnisses beitragen könnte, bejaht Schönefeld vorsichtig. Einfache Tätigkeiten, wie etwa die Annahme von Terminen für Arztpraxen oder die Beantwortung simpler Kundensupport-Fragen, könnten Firmen ohne größere Transaktionskosten dauerhaft an die Crowd auslagern. Zugleich weist er aber auch darauf hin, dass solche Unternehmen, die viele Abschnitte ihrer Wertschöpfungskette crowdsourcen, vermutlich auch neue „feste“ Stellen schaffen würden oder müssten: Wer ins Crowdworking einsteigt, benötige dafür Personen, die diesen Prozess koordinieren bzw. organisieren. Empirisch fundierte Einsichten hierzu werden die Analysen des Wirtschaftswissenschaftlers Koch im Projekt liefern.

Im Hinblick auf eine Prognose zum Wachstum der „Crowdworking-Industrie“ verweist Schönefeld auf einen Bericht der Weltbank Gruppe. Demzufolge sei ein deutliches Wachstum der Plattformindustrie ein wahrscheinliches Szenario. Weiterhin zeige der Bericht, dass die KMU unter den Klienten der Plattformen eine herausgehobene Stellung einnehmen würden. Die Plattformen schrieben sich zwar als Kunden sehr gern die großen Unternehmen in die Referenzliste, tatsächlich sei es aber überwiegend der Mittelstand, der Leistungen bei ihnen einkauft. So wären

beispielsweise Start-ups, die über wenig Kapital verfügten, sehr froh, wenn sie für ein Logo nur hundert und nicht tausend Euro hinlegen müssten. Eine von der Forschungsgruppe durchgeführte kleine Analyse der auf den Plattformen genannten Referenzen habe insgesamt gezeigt, dass Firmen aus nahezu allen Wirtschaftsbereichen am Crowdsourcing teilnehmen. Vom Viehzüchter bis zum Chemieriesen – fast alle Branchen haben etwas, das sie gern an die Crowd auslagern.

4.5 Zusammenfassende Erkenntnisse aus den Interviews

Die anlässlich der Arbeit zu dieser Expertise geführten Gespräche bieten einen ersten Einblick in die neue Arbeitsform Crowdworking in Berlin. Wenig überraschend ist, dass die Einschätzungen zur digitalen Arbeitsform je nach der Interessenlage der Interviewpartnerinnen und -partner unterschiedlich ausfallen.

Für **Crowdworker** stehen nach den hier gemachten Aussagen von Verbänden und Gewerkschaften eine angemessene Entlohnung und Transparenz in der „Arbeitsbeziehung“ im Vordergrund. Attraktive Arbeitsangebote, gut verständliche Arbeitsanleitungen und schließlich eine entsprechende Entlohnung durch die Plattformen sind für sie die bedeutendsten Faktoren. Eine mangelnde Interessenvertretung wird dann als problematisch erkannt, wenn Streitigkeiten entstehen. Hier ist das Angebot der IG Metall mit einer Beratung über die Plattform faircrowdwork.org ein bedeutsames Instrument. In welcher Form eine organisierte Interessenvertretung von Crowdworkern erfolgen könnte, bedarf noch weiterer Überlegungen.

Als problematisch wird Crowdwork für Freiberufler bzw. Solo-Selbstständige eingeschätzt, wenn ein nennenswerter Anteil des monatlichen Einkommens über Plattformarbeit erzielt wird, aber die Beiträge für eine freiwillige soziale Absicherung nicht erwirtschaftet werden. Hier wird von den Gesprächspartnerinnen und -partnern ein bundespolitischer Regulierungsbedarf gesehen.

Plattformen mit Unternehmenssitz in Berlin sind in der Mehrzahl Start-ups. Aufgrund der Unternehmensgröße bzw. der Anzahl der Be-



Impressionen aus den Workshops

schäftigten können sie als KMU eingeordnet werden. Stabile, dauerhafte Geschäftsfelder scheinen sich nicht in allen Bereichen etabliert zu haben. Dies erfordert immer wieder eine Überprüfung der ursprünglichen Geschäftsidee und ggf. Neuausrichtung des Unternehmens. Auch in der Anzahl der Betriebe besteht keine Stabilität, Plattformen fusionieren, werden aufgekauft oder geben das Geschäft auf. Ein Bewusstsein als Branche hat sich bisher nicht entwickelt, ebenso existieren keine überbetrieblichen etablierten Netzwerkstrukturen.

Für **Unternehmen**, die Aufträge an externe Plattformen als Intermediär vergeben, scheinen zuvorderst die gute Qualität der Leistung, die Einhaltung eines Termins und ein günstiger Preis der Beweggrund für das Outsourcen zu sein. Wie im Gespräch mit dem Vertreter des Forschungsprojekts an der Europa-Universität Viadrina zu Crowdwork erwähnt, ist einem Bericht der Weltbank zu entnehmen, dass es häufig kleine und mittlere Unternehmen sind, die auf die Angebote der Plattformen zurückgreifen.

Die Unverbindlichkeit der Arbeitsbeziehung zwischen Crowdworker und Plattform birgt für die beteiligten Parteien durchaus Unwägbarkeiten, auch wenn es für die größte Zahl der Crowdworker „nur“ um einen Nebenjob

geht. Den Crowdworkern kann kein definiertes Arbeitsvolumen und Einkommen zugesichert werden und die Plattform wiederum kann nicht davon ausgehen, dass ihnen Crowdworker mit bestimmten Qualifikationen und/oder Zeitvolumen dauerhaft zur Verfügung stehen.

Die hier zusammengefassten Erkenntnisse aus den Gesprächen spiegeln die Entstehung einer digitalen Arbeitsform wider, die als Geschäftsfeld und in der Arbeitsbeziehung noch wenig ausgeformt ist und viele Fragen aufwirft.



Brigitte Franz, Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen



Franziska Grell, Wolfgang Möller, Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen



Dr. Tim Polzehl, crowdie T.U. Berlin



Ralf Schwiigelshon, expertcloud.de



Ines Zimzinski, Crowdsourcing Verband e.V. (links)
Viktoria Ringleb, Allianz deutscher Designer (rechts)



Robert Fuß, IG Metall



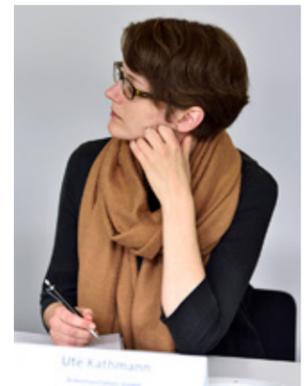
Daniel Schönefeld, Europa Universität Vadrina Frankfurt/ Oder (links)
Jonas Schmutzler, Crowd Guru GmbH (rechts)



Heiko Glawe, DGB Berlin Brandenburg



Klaus Helmricks, IG Metall



Ute Kathmann, ArbeitGestalten GmbH



Elke Ahlhoff, ArbeitGestalten GmbH



Hans Speidel, Crowd Guru GmbH



Sebastian Strube, Journalist



Gunter Haake, mediafon c/o ver.di

5. Standortbestimmung und Gestaltungsbedarfe – Ergebnisse der Workshops

Der Trend zur Digitalisierung beschleunigt den strukturellen Wandel der Arbeitswelt und hat als neue Form des digitalen Wirtschaftens und Arbeitens das Crowdfunding hervorgebracht. Dieses stellt die Grundpfeiler der existierenden Arbeitswelt in ihrer prägenden Kraft infrage. Was sind nun faire Arbeitsbedingungen in dieser neuen Form der Erwerbstätigkeit? Welche Gestaltungsoptionen für die Standards der Bezahlung, der Arbeitszeit, des Arbeitsschutzes sowie rechtlicher und sozialer Sicherheit für plattformbasiertes Arbeiten werden auf lokaler und nationaler Ebene gesehen?

Diese umfassenden und grundlegenden Fragen wurden in drei inhaltlich aufeinander aufbauenden Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern von Verbänden, Crowdsourcing-Plattformen, Gewerkschaften und der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen im April und Mai 2016 diskutiert. Die geäußerten Meinungen und Einschätzungen der Teilnehmenden werden in dieser Expertise wiedergegeben.

Auch wenn es sich bei dem plattformbasierten Arbeiten – wie bereits mehrfach betont – um ein noch recht junges Phänomen handelt, besteht dennoch schon heute ein breites Spektrum auf der Anbieterseite, und auch die Motive und Hintergründe der Arbeitenden sind sehr vielfältig. Von daher zeigt sich bei einer ersten Standortbestimmung ein breites und vielfältiges Meinungsbild und ebenso differenziert sind die Einschätzungen über die zu erwartende Entwicklung sowie über die Gestaltungsbedarfe.

Während im ersten Workshop zunächst eine erste Standortbestimmung erfolgte und das breite Spektrum des Crowdfundings sowie die unterschiedlichen Interessenlagen der Beteiligten beleuchtet wurden, wurden im zweiten Workshop die herausgearbeiteten Gestaltungsfelder **Entlohnung, Transparenz, Qualifizierung** und **Interessenvertretung** in Arbeitsgruppen detailliert bearbeitet. Die Er-

gebnisse bildeten die Basis für die im dritten Workshop präzisierten und konkretisierten möglichen politischen Handlungsfelder zur Gestaltung fairer Arbeit in der Crowd.

Zur besseren Nachvollziehbarkeit der anschließend erarbeiteten Handlungsfelder wird im Folgenden zunächst der allgemeine Diskussionsprozess in den Workshops zur Arbeitsbeziehung Crowdworker – Plattform/Intermediär – Unternehmen in Kürze beschrieben.

5.1 Standortbestimmung und Lokalisierung des Gestaltungsbedarfs

Die noch sehr junge Arbeitsform Crowdfunding wird allgemein mit einiger Skepsis betrachtet. Während sie für die einen die ideale Arbeitsform zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie und eine Befreiung von hierarchischen Betriebsstrukturen darstellt, ist sie für andere nur eine Notlösung, weil es an einem „richtigen“ Job mangelt.

Eine Identität als Crowdworker bildet sich bei Teilen der Community langsam heraus. Menschen, die Crowdfunding nicht nur als Nebenverdienst sehen, betrachten sich mit großem Selbstbewusstsein als Teil der digitalen Bewegung. Die gesellschaftliche Anerkennung jedoch bezieht sich viel mehr auf die Beruflichkeit und weniger auf die Arbeitsform.

Für einen beträchtlichen Teil von Unternehmen in Deutschland ist Crowdsourcing noch unbekannt. Allerdings beginnen die Betriebe, die es für sich bereits entdeckt haben, den Mehrwert zunehmend zu schätzen. Durch die digitale Einbindung einer größeren Gruppe von Menschen zur Bearbeitung eines Auftrags kann eine ungeahnte Vielfalt und auch sehr spezialisiertes Wissen abgerufen werden. Diese für einen Betrieb beispielsweise nur vorübergehend benötigte Ressource kann über Crowdsourcing unkompliziert in Anspruch genommen werden. Die Bedingungen der Beschäftigung in der Crowd bzw. ob die Erledigung des Auftrags in digitaler Form oder herkömmlich über eine Beschäftigung

bei einem Arbeitgeber erfolgt, scheint nicht im Fokus der Überlegung bei der Auftragsvergabe zu stehen.

Es ist anzunehmen, dass eine größere Anzahl von Crowdworkern, die einen nennenswerten Teil ihres Einkommens über Crowdwork erzielen, in Deutschland den Beschäftigungsstatus einer Solo-Selbstständigen oder eines Solo-Selbstständigen haben. Es obliegt ihnen allein für eine ausreichende Sozialversicherung Vorsorge zu tragen. Eine angemessene Entlohnung muss daher die zu leistenden Beiträge berücksichtigen. Um eine ausreichende soziale Absicherung für Solo-Selbstständige zu erreichen, wäre zusätzliche Unterstützung durch den Ausbau einer qualifizierten Beratung und mehr Fürsorge sehr hilfreich.

Aus Perspektive der Crowdworker können eine angemessene Entlohnung, das Angebot einer ausreichenden Anzahl von Arbeitsaufträgen mit einer breiten Vielfalt und eine gute, verständliche Kommunikation mit der Plattform als attraktive Arbeitsbedingungen definiert werden. Die Möglichkeit des Austauschs der Crowd untereinander ist auch bei nicht kollaborativen Arbeiten wünschenswert.

Die Digitalisierung der Arbeitswelt birgt viele Chancen, daher ist es bedeutsam, geeignete Wege zu finden, um die Arbeit fair zu gestalten. Eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist der Wunsch vieler Beschäftigter. Für Crowdworker scheint sich dies mit der digitalen Arbeit zu erfüllen. Auch kann Crowdfunding Menschen den Zugang zu Arbeit erleichtern, weil das Angebot nicht ortsgebunden ist und eine Spannweite von einfachsten Arbeiten bis hin zu hoch komplexen Aufgaben, die Fachwissen erfordern, bietet.

Enormes Potenzial mit großer Relevanz besteht dann, wenn hochkomplexe Aufgaben von mehreren spezialisierten und gut qualifizierten Crowdworkern kollaborativ bearbeitet und gelöst werden. Der Beweggrund von Crowdworkern liegt dabei nicht zuletzt in einer intrinsischen Motivation und der persönlichen Reputation.

Crowdfunding ermöglicht wie in der physischen Arbeitswelt einen Zugewinn von Fachlichkeit und Kenntnissen. Bislang finden diese

erworbenen non-formalen Fähigkeiten jedoch noch keine formale Anerkennung.

Plattformen als Vermittler und Projektmanager nehmen je nach Ausrichtung und Komplexität der zu vergebenden Arbeitsaufträge die Rolle eines „Personalentwicklers“ ein. Maßnahmen zur Bindung der Crowd durch interessante Arbeitsangebote sind ebenso relevant wie Offerten von Training und Weiterbildung in Form von E-Learning und Webinaren. Auch Überlegungen zur Ausgestaltung von attraktiven virtuellen Arbeitsplätzen werden getroffen.

Mit einer zunehmenden Virtualisierung⁶¹ wird von einigen Plattformen die Spezialisierung und Bindung von Crowdworkern forciert. Denn der Zugriff auf eine verlässliche und mit guter Qualität arbeitenden Crowd erhöht die Marktfähigkeit der Plattformen.

5.2 Themenfeld faire Entlohnung

Wie definiert man eine angemessene Entlohnung in einer Arbeitswelt, in der sich die klassischen Parameter der realen Arbeitswelt nicht anwenden lassen?

Crowdwork als Arbeitsform umfasst einfache Tätigkeiten, die keine berufliche Qualifikation oder besonderen Kenntnisse erfordern (Microtasking), bis hin zu hochspezialisierten Tätigkeiten, die qualifizierte Abschlüsse und berufliche Erfahrung voraussetzen. Daher kann es keine Festsetzung einer angemessenen Entlohnung für „die Crowdarbeit“ geben. Vielmehr muss sich die Entlohnung nach Arbeitsumfang, Anspruch an Qualifikation und Schwierigkeitsgrad richten.

Zuvorderst ist eine Sensibilisierung der Unternehmen dahingehend notwendig, dass die digitale Form des Outsourcings nicht lediglich als billige Alternative gewertet wird. Einige Plattformen fordern zum Nachweis der Seriosität des Auftraggebenden die Einzahlung der Auftragssumme auf ein Konto. Solche Systeme sichern allerdings nur eine zügige Entlohnung der Crowd, nicht aber die Angemessenheit der Entlohnung.

⁶¹ Bedeutung: allgemeine Abstraktion von IT-Ressourcen mit dem Ziel, diese zu vereinheitlichen und zwischen mehreren Nutzern teilen zu können.

Bislang wird Microtasking in Deutschland nur im geringen Umfang als Nebenjob ausgeübt.⁶² Die Bearbeitung der einzelnen Aufgaben wird gering entlohnt, da es einfachste Tätigkeiten sind, die in der Regel nur wenige Minuten in Anspruch nehmen. Je schneller Crowdworker arbeiten, desto höher sind die Einkommensmöglichkeiten, was schnell zu einer Art Akkordarbeit führen kann. Die Vergütung pro Aufgabe ist auch im Microtasking-Bereich von Plattform zu Plattform unterschiedlich.

Es ist fraglich, nach welchen Kriterien die Höhe der Entlohnung in diesem Bereich festgesetzt wird. Die Nachvollziehbarkeit, wie viele Aufgaben bei einer mittleren Arbeitgeschwindigkeit bearbeitet werden müssen, um den gesetzlichen Mindestlohn in Deutschland zu erreichen, ist schwierig. Zudem werden als fehlerhaft eingestufte Arbeitsergebnisse vielfach nicht entlohnt. Nachbesserungsfristen sind nicht üblich.

Einige der als Microtasks vergebenen Aufgaben könnten mittlerweile schon von speziell entwickelten Softwaresystemen bearbeitet werden. Bislang sind aber die Entwicklungskosten zur Erledigung einiger Aufgaben noch teurer als die Bearbeitung der Aufträge durch Menschen.

Während der Zuverdienst durch Microtasking meist nur gering ausfällt, stellt Crowdwork für einen ansehnlichen Anteil der kreativ Arbeitenden und der Freelancer auf den Marktplatzplattformen einen nennenswerten Teil des monatlichen Einkommens dar.⁶³ Besonders bei wettbewerbsbasierten Aufträgen, die von den Crowdworkern einige Arbeitszeit erfordern, ist das der Fall. Am Ende wird jedoch nur der prämierte Entwurf entlohnt. Einige Auftraggeberinnen bzw. Auftraggeber behalten darüber hinaus auch die Entwürfe ein, die an zweiter oder dritter Stelle des Wettbewerbs standen, ohne dass die Crowdworker dafür entlohnt werden.

Hier ist außer einer angemessenen Entlohnung auch das Urhebervertragsrecht zu beachten. Selbst wenn die Arbeit gut entlohnt

wurde, stellt sich die Frage nach einer möglichen Beteiligung der Designerin oder des Designers, wenn sich das entworfenen Produkt als besonders erfolgreich erweisen sollte.

Schließlich führt Crowdworking im Designbereich bei einigen Plattformen zu einer Entwertung von Arbeit, da die Verhältnismäßigkeit von Arbeitsanforderung und Entlohnung nicht mehr gegeben ist.

Dagegen besteht in hochspezialisierten Bereichen wie beispielsweise der Softwareentwicklung aktuell kein Regelungsbedarf, um eine faire Entlohnung von Crowdwork zu sichern. Aufträge, die keine angemessene Entlohnung versprechen, finden keine/n Auftragnehmer/in.

Interessen der drei zentralen Akteurinnen und Akteure

Crowdworker sollen und wollen generell fair bezahlt werden – hier unterscheiden sich die Wünsche also nicht von jenen derer, die in der „analogen“ Welt arbeiten. Betont werden muss, dass einige Crowdworker angeben, mit dem Lohn ihren Lebensunterhalt zu bestreiten.⁶⁴

Crowdworking kann für Menschen mit umfangreichen familiären Verpflichtungen, Studierende, Personen in strukturschwachen Regionen, Menschen mit Behinderungen und Menschen mit geringen Sprachkenntnissen zu einer realen Option für die Bestreitung des Lebensunterhalts werden. Darüber hinaus fördert ein fairer Lohn die Wertschätzung, und der Anspruch an eine verlässliche und gute Qualität der Arbeit kann erreicht und gesichert werden.

Natürlich möchten Intermediäre auch Gewinne erzielen, die über die Deckung der Kosten für die eigenen festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und den Betrieb hinausgehen, und auch konkurrenzfähig sein. Aber es ist auch das Bewusstsein vorhanden, dass eine angemessene Vergütung für die Crowd motivierende Effekte hat und zu einer guten Arbeitsqualität führen kann. Letztlich sind die Plattformen, wie Betriebe in der analogen Welt, bestrebt, die Crowd zu binden.

Schließlich erwarten Auftraggebende von Plattformen gute Arbeitsergebnisse, absolu-



Impressionen aus den Workshops

te Zuverlässigkeit und hohe Flexibilität. Dies erreichen die Plattformen nur mit einer gut „gepflegten“ Crowd.

Gestaltungsrahmen für eine faire Entlohnung von Crowdworking

Es müssen eine klare Tätigkeitsbeschreibung und Vergütungstransparenz von den Plattformen sichergestellt werden. Crowdworker müssen den Arbeitsumfang und den Schwierigkeitsgrad einer Arbeit sowie die Angemessenheit der in Aussicht gestellten Entlohnung abschätzen können.

Zeit sollte als Maßstab gelten: Crowdworker sollten eine Entlohnung erhalten, die auf dem durchschnittlich zu erzielenden Stundenlohn der Plattform basiert, aber den gesetzlichen Mindestlohn nicht unterschreitet.

Die Entlohnung muss die Qualifikation der Crowdworker berücksichtigen (siehe Themenfeld Qualifizierung).

Auf wettbewerbsbasierten Plattformen sollte ein Bonus für alle am Wettbewerb Teilnehmenden sichergestellt werden – auch wenn damit die Anzahl der Crowdworker, die zu einem Wettbewerb zugelassen werden, eingegrenzt wird. Für Crowdworker, die den Wettbewerb gewinnen, muss neben dem Preisgeld noch die Möglichkeit einer Gewinnbeteiligung gegeben sein.

Gemäß dem Territorialitätsprinzip sollte bei einer Tätigkeit in Deutschland deutsches Recht angewendet werden und folglich der gesetzliche Mindestlohn das untere Limit der Entlohnung darstellen.

Mögliches politisches Handlungsfeld

Zur Ermittlung einer fairen bzw. angemessenen Entlohnung von Crowdworkern kann die Struktur des Heimarbeitsgesetzes eine mögliche Orientierung geben.

Es sollte zudem überprüft werden, wie der Anspruch auf eine angemessene Vergütung, die das Urhebervertragsrecht vorsieht, durchsetzbar gestaltet werden kann, um z. B. eine angemessene Gewinnbeteiligung ohne Nachteile wie Auftragsentzug oder lange Prozesse durch alle Instanzen einfordern zu können, wenn ein von einem Crowdworker konzipiertes oder designtes Produkt besonders erfolgreich wird.

Allgemeine Geschäftsbedingungen von Plattformen, die keine Nachbesserungsfrist bei fehlerhaften Arbeitsergebnissen und damit keine Entlohnung ermöglichen, sind als sittenwidrig einzustufen. Den Crowdworkern ist ein Nachbesserungsrecht bei fehlerhafter Arbeit einzuräumen.

62 Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, S. 17.

63 Vgl. ebd., S. 24.

64 Vgl. ebd., S. 17.

FAIRE ARBEITS- UND ENTLOHNUNGS-REGELUNGEN BEIM CROWDWORKING

Die Digitalisierung der Arbeitswelt und der damit verbundene Wandel von Arbeitsformen und Arbeitsbeziehungen stellen eine große Herausforderung für den Erhalt notwendiger Schutzrechte dar. Dies gilt für das sehr inhomogene Crowdfunding in besonderem Maße, denn das Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer schützende Arbeitsrecht ist in aller Regel auf diese Arbeitsform nicht anwendbar.

Es war in Deutschland bisher gute Tradition, dass der Gesetzgeber über das allgemeine Arbeitsrecht hinaus Sonderregelungen für diejenigen erlassen hat, die aufgrund von Besonderheiten aus dem Schutz bestehender Standards herauszufallen drohten. Beispielsweise hat der Bundesgesetzgeber mit dem **Heimarbeitsgesetz (HAG)** schon Anfang der 1950er Jahre dafür Sorge getragen, dass für die nicht zu den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zählenden in Heimarbeit Beschäftigten besondere Schutzvorschriften gelten. Insbesondere sind für diesen Personenkreis im HAG mit dem Instrument der von Heimarbeitsausschüssen zu treffenden bindenden Festsetzungen (§§ 18, 19 HAG) auch Mechanismen zur Bestimmung angemessener Entgelte und sonstiger Arbeitsbedingungen geschaffen worden.

In **§ 12a Tarifvertragsgesetz** wird zudem auch **arbeitnehmerähnlichen Personen** der Schutz gewährt, den das Tarifvertragsgesetz für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer insbesondere durch die Möglichkeit des Abschlusses von Tarifverträgen aufspannt. Für Verbraucherinnen und Verbraucher im Sinne des **§ 13 BGB** gibt es ein umfangreiches **Verbraucherschutzrecht**.

Sowohl das allgemeine Arbeitsrecht als auch die genannten Regelungen des Heimarbeitsrechts, des Tarifvertragsgesetzes und des Verbraucherschutzes sind entweder von ihren gesetzlichen Voraussetzungen her auf Crowdfunding nicht anzuwenden oder passen von der Struktur her nicht zu dieser Arbeitsform. Nach dem HAG besteht beispielsweise die Verpflichtung, die Beschäftigten in

Liste auszuweisen und an die oberste Arbeitsbehörde des Landes oder eine von ihr beauftragte Stelle zu melden, was sich bei der Vergabe eines Auftrags an eine undefinierte Anzahl von Personen nicht realisieren lässt und sicherlich auch auf Widerstand stieße. Eine Anwendung des § 12a TVG auf Crowdfunder ist in den allermeisten Fällen nicht möglich, weil die Voraussetzungen dieser Vorschrift, dass sie überwiegend für eine Person tätig sind oder ihnen von einer Person im Durchschnitt mehr als die Hälfte des durch Erwerbsarbeit erzielten Entgelts zusteht, in aller Regel nicht erfüllt sind. Die Einordnung als Verbraucherinnen oder Verbraucher im Sinne des § 13 BGB scheitert nach geltendem Recht bei denjenigen Crowdfundern, deren Verträge überwiegend ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit zuzurechnen sind.

Angesichts dieser Ausgangslage ist es erforderlich, die Rechtsgedanken aus den bestehenden arbeits- und verbraucherrechtlichen Schutzgesetzen zu identifizieren und auf die Gruppe der Crowdfunder zu übertragen. **Die Evolution der Arbeitsbeziehungen erfordert auch eine Evolution der Schutzrechte! Der Bundesgesetzgeber ist gefordert, für die vielschichtige Arbeitsform des Crowdfundings eigenständige Schutzmechanismen zu etablieren und fortzuentwickeln.** Hinsichtlich der Sicherung eines fairen und angemessenen Entgelts kommt dabei als Vorbild die im Heimarbeitsgesetz beschriebene Entgeltregelung in Betracht. Dort, wo – vorrangig anzustrebende – tarifvertragliche Regelungen nicht existieren, sollten zwingend einzuhaltende Entgeltregelungen durch paritätisch mit Beisitzern aus Kreisen der Auftraggebenden / Plattformen auf der einen Seite sowie der Crowdfunder auf der anderen Seite besetzte Ausschüsse erlassen werden, wenn unzureichende Entgelte gezahlt werden oder die sonstigen Vertragsbedingungen unzulänglich sind.

Wolfgang Möller und Andreas Döhring, Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen von Berlin

5.3 Themenfeld Transparenz

Crowdfunding-Plattformen in Deutschland wollen neben guten Dienstleistungen für die Unternehmen auch gute Arbeit für die Crowdfunder anbieten. Nur mit einer Crowd, die gute Arbeitsergebnisse erzielt, bleibt die Plattform auf dem digitalen Markt konkurrenzfähig. Grundlage dafür ist neben einer angemessenen Entlohnung eine Transparenz in der Arbeitsbeziehung.

Bereits in der Ansprache der Crowd ist hier mehr Klarheit von Nöten. Durch das Marketing auf den Plattformen wird gegenüber der Crowd eine Gemeinsamkeit beschworen, die nicht existent ist. Plattformen präsentieren sich sprachlich oft als „hip“ und „basisdemokratisch“, treten faktisch jedoch dominant auf. Auf den Webseiten wird sprachlich suggeriert, dass die Crowd als Familie zu verstehen ist. Diese Sprache birgt das Risiko, dass die Tätigkeiten nicht ausreichend als Arbeit wahrgenommen werden und die Zahlung eines „Preisgeldes“ an einzelne Gewinner und Gewinnerinnen akzeptiert wird, wenn ein Lohn für alle Beteiligten eigentlich angemessener wäre.

Deutlich wird die eigentliche Machtkonstellation in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die meist asymmetrisch zu Gunsten der Plattformen formuliert sind. Dabei folgen die AGBs nicht immer den Vorgaben des deutschen Rechts, sondern enthalten Teile, die auf amerikanischer Gesetzgebung beruhen, oder sie basieren in Gänze auf Gesetzen amerikanischer Bundesstaaten.

Aktuell ist eine Änderung oder Anpassung der AGBs nur zu erwarten, wenn von Seiten der Crowdfunder rechtliche Schritte eingeleitet werden. Allerdings verfügen Crowdfunder selten über die finanziellen Mittel, die für eine Klage notwendig wären, und andererseits besteht oft kein Interesse an einem Rechtsstreit. Crowdfunder wechseln bei Unzufriedenheit eher die Plattform.

Ein Mehr an Transparenz ist auch bei den relativ häufigen Änderungen der AGBs wünschenswert. Diese werden nicht aktiv von den Plattformen angezeigt, sondern es obliegt allein den Crowdfundern, diese in regelmäßigen Abständen zu überprüfen.

Bei Crowdfunding besteht die Möglichkeit, dass erbrachte Arbeit abgelehnt und nicht entlohnt wird, weil sie nicht den Ansprüchen oder Wünschen der Auftraggebenden entspricht. Das Verfahren, das zur Annahme oder Ablehnung der Arbeit führt, ist nicht durchgängig für alle Seiten gleichermaßen transparent. Voraussetzung dafür, dass eine Arbeit erfolgreich erbracht werden kann, ist eine klare und ausführliche Beschreibung des Arbeitsauftrags. Aber es sollten auch genau die Bedingungen bekannt sein, unter denen ein Arbeitsergebnis als unzureichend bewertet wird. So entscheiden zum Beispiel Algorithmen zuerst, ob die Formalien bei dem Arbeitsergebnis eingehalten wurden. Ist dies nicht der Fall, hat die Arbeit keine Chance auf eine weitere Bewertung, obwohl sie möglicherweise qualitativ gut ist.

Bei einigen Plattformen „entscheiden“ ebenfalls Algorithmen, welche Aufträge für welche Crowdfunder sichtbar und damit zugänglich sind. Die zugrundeliegenden Begründungen für diese Auswahl sind jedoch intransparent.

Bei Kreativplattformen ist die Bewertung der Qualität von eingereichten Ergebnissen und Projekten besonders schwierig, da sie in der Regel auf subjektiven Einschätzungen beruht. Gleichzeitig erzeugt das Marketing vieler Plattformen bei den Crowdfundern Fehl-Erwartungen in Bezug auf die gewünschten Ergebnisse. Es wird von Designleistungen gesprochen, die jedoch eher Gestaltungsleistungen umfassen. Dadurch entsteht ein verzerrtes Verständnis gegenüber einer Dienstleistung mit hohen fachlichen Anforderungen. Hier würde eine sachgerechte Außendarstellung der Plattformen zu mehr Transparenz beitragen.

Interessen der drei zentralen Akteurinnen und Akteure

Regelmäßiges und nach Kriterien geleitetes Feedback gegenüber Crowdfundern verringert Fehler und reduziert zusätzliche Qualitätsschleifen. Kriterien geben Orientierung und schaffen ein gemeinsames Verständnis über die zu erwartenden Ergebnisse. Sie erhöhen die Qualität und die Reputation sowohl der Plattform als auch der Crowdfunder.

Transparente Allgemeine Geschäftsbedingungen klären die Arbeitsbeziehung und tragen

zur allgemeinen Akzeptanz von Crowdwor-
king bei.

Gestaltungsrahmen Transparenz für Crowdwor- king

Es sollte einen für alle Parteien einsehbaren
Katalog zur Bewertung der Qualität der Ar-
beitsergebnisse geben, um eine solide und
klare Entscheidungsgrundlage bereits bei der
Auftragsannahme zu bieten.

Eine klare und eindeutige Sprache auf den
Plattformen verringert die Kluft zwischen
Marketing und Realität und erzeugt ein ge-
meinsames Verständnis über Dienstleistun-
gen und ihren Wert.

Die Qualifikationen, Fähigkeiten und Kom-
petenzen der Crowdworker sollten transpa-
rent dargestellt werden, wenn es von den
Auftraggebern gefordert wird. Dies setzt
die Verpflichtung der Crowdworker voraus,
ihre Qualifikationen gegenüber der Plattform
nachzuweisen.

Mögliches politisches Handlungsfeld

Da die Allgemeinen Geschäftsbedingungen
die Grundlage für die Abwicklung von Verträ-
gen darstellen und beim Crowdwor-
king die Arbeitsbeziehung von Plattform und Crowd-
worker regeln, sollten Plattformen, die ihren Sitz
in Deutschland haben, das deutsche Recht
anwenden.

Eine Verpflichtung, Änderungen der AGBs ak-
tiv anzuzeigen und für die Crowdworker sicht-
bar zu machen, wäre wünschenswert.

Eine externe Einschätzung und Bewertung der
AGBs wäre eine wichtige Orientierungshilfe
für Crowdworker.

Empfohlen wird die Einführung eines AGBs
TÜV z. B. mittels regelmäßiger Überprüfung
durch Verbraucherschutzverbände/Stiftung
Warentest.

Zur transparenten Darstellung der Wirkung
von Algorithmen wäre die Entwicklung eines
geeigneten Modells hilfreich.

5.4 Themenfeld Qualifikation

Die Frage nach den Anforderungen an Crowd-
worker in der Zukunft ist nicht ermittelbar,
weil aktuell nicht absehbar ist, mit welchem
Tempo die Digitalisierung voranschreitet und
in welche Richtung sie führt. Einige Tätigkei-
ten, die Crowdworker vor einem Jahr noch
übernommen haben, sind bereits weggefal-
len, weil durch entsprechende Programmie-
rungen die Arbeit jetzt maschinell erledigt
wird. Dieser Trend wird in den nächsten Jah-
ren weiter voranschreiten. Anzunehmen ist,
dass bestimmte Aufgaben der Microtasking-
Jobs in Zukunft zunehmend durch Computer
bearbeitet werden. Zurzeit werden bestimmte
Arbeiten noch kostengünstiger von Crowd-
workern z. B. in Schwellenländern wie Viet-
nam erbracht.

Die Stärke des Standorts Deutschland liegt
hingegen in der Qualifikation und der Spra-
che. Dienstleistungen, die die deutsche Spra-
che erforderlich machen, sind an Deutschland
und Berlin gebunden. Aus diesem Grund sind
die Qualifikation und die Qualifizierung der
hiesigen Crowdworker ein wichtiges Thema.

Crowdworker qualifizieren sich über den Nach-
weis von formalen beruflichen Abschlüssen
und/oder durch die Vorlage von Arbeitspro-
ben für Aufgaben mit einem entsprechenden
Schwierigkeitsgrad oder Anspruch bei einigen
Plattformen. Je besser die Qualifikation und
das Profil des Crowdworkers zur Ausrichtung
der Plattform passen, umso eher und häufiger
erhält er attraktive Jobs.

Über eine Erweiterung der beruflichen
Fähigkeiten und Kenntnisse durch die Bearbei-
tung von Aufgaben erhalten Crowdworker
keinen Nachweis. Bei einigen wenigen Design-
Plattformen existieren jedoch bereits „Arbeits-
zeugnisse“ für Crowdworker, die öffentlich
sind und erheblich zur Reputation beitragen.

Interessen der drei zentralen Akteurinnen und Akteure

Crowdworker sind daran interessiert, dass die
Qualifikationen, Kenntnisse und Fertigkeiten,
die bei der digitalen Arbeit auf einer „Plattform-
art“ erworben wurden, nachgewiesen werden
können. Ein Nachweis des Qualifikations-
niveaus eröffnet Chancen auf besser dotierte
und auf eine größere Anzahl attraktiver Jobs.

Aber auch ein höherer Einstieg beim Wechsel
der Plattform kann ein Motiv sein. Letzteres
ermöglicht die Beibehaltung der bereits er-
worbenen Reputation.

Die Plattform möchte gut qualifizierte
Crowdworker für die Art von Jobs, die diese
Plattform bietet. Auch „Sekundärtugenden“
wie Verlässlichkeit, Motivation und Sorgfäl-
tigkeit sind bei der Erledigung der Aufgaben
von (wirtschaftlicher) Bedeutung. Der Nach-
weis digital erworbener beruflicher Qualifi-
kationen von Crowdworkern ist für die Platt-
form von Vorteil, weil er als Motivationstool
eingesetzt werden kann, wenn Crowdworkern
dadurch ein nachweisbarer „beruflicher“
Aufstieg ermöglicht wird. Ein Nachweis über
erworbene Qualifikationen kann zudem ei-
nen Wettbewerbsfaktor darstellen, da Platt-
formen mit gut qualifizierten Crowdworkern
werben können.

Auftraggebende schätzen die Transparenz in
Bezug auf die beruflichen Qualifikationen der
Crowd einer Plattform.

Gestaltungsrahmen Qualifizierung für Crowdwor- king

Plattformen sollten die Kenntnisse und Fähig-
keiten ihrer Crowd benennen.

Die digitalen „Arbeitszeugnisse“ müssten
spezifisch für die Art der Plattform sein. Eine
Vergleichbarkeit mit einer Plattform ähnli-
cher Ausrichtung sollte jedoch möglich sein.
Crowdworker sollten zudem einen Anspruch
auf eine zur Veröffentlichung geeignete und
eine persönliche Leistungsbeurteilung haben.
Auch Referenzen für erfolgreich erledigte Auf-
träge können als Qualifikationsnachweis für
Crowdworker hilfreich sein.

Ein Anspruch von Solo-Selbstständigen auf
berufliche Weiterbildung wäre wünschenswert.

Mögliches politisches Handlungsfeld

Crowdworker sollten einen Anspruch auf die
Erstellung einer Leistungsbeurteilung haben.
Grundlage für die Einschätzung des Arbeits-
verhaltens eines Crowdworkers ist die Ent-
wicklung objektivierbarer Kriterien.

Die Einrichtung eines Portals zur Einordnung
und Herstellung einer Vergleichbarkeit beruf-

licher Qualifikationen wäre wünschenswert.
Diesem Portal sollten analog zum traditionel-
len Arbeitszeugnis definierte Kriterien zur Be-
urteilung von digital erworbenen beruflichen
Qualifikationen zugrunde liegen.

5.5 Themenfeld Interessen- vertretung

Grundsätzlich ist eine Interessenvertretung
zur Durchsetzung berechtigter Anliegen und
zur Klärung der Arbeitsbeziehung für Crowd-
worker von Bedeutung und wünschenswert.
Es existieren bereits Netzwerke, in denen sich
Crowdworker jenseits der Plattformen aus-
tauschen. Dies kann für einzelne Crowd-
worker hilfreich sein, ersetzt aber nicht eine echte
Interessenvertretung. Immerhin wünscht ein
überwiegender Teil der Crowdworker, der auf
Design-Plattformen tätig ist, sowie die Hälfte
derer, die auf Microtasking- und Marktplatz-
plattformen arbeitet, eine Vertretung.⁶⁵

Aktuell ist eine organisierte Interessenvertre-
tung von Crowdworkern noch nicht vorstell-
bar. Allerdings bestehen von gewerkschaft-
licher Seite Bemühungen, ein Angebot zu
entwickeln.

Mögliches politisches Handlungsfeld

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der
deutschen Plattformen dürfen kein Verbot
des Austauschs unter Crowdworkern enthal-
ten, wie es zum Teil in den USA üblich ist. Viel-
mehr sollten alle Plattformen einen Chatroom
für ihre Crowdworker anbieten.

Das Betriebsverfassungsgesetz sollte an di-
gitale Arbeitsformen angepasst werden und
für arbeitnehmerähnliche Arbeitsverhältnisse
wie Crowdwor-
king geöffnet werden.

Insgesamt könnte die Stärkung der Organisa-
tion von Solo-Selbstständigen durch Gewerk-
schaften hilfreich sein.

⁶⁵ Vgl. Leimeister / Durward / Zogaj (2016): „Crowdwork:
Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projekterge-
bnisse der HBS-Studie“, S. 28.

6. Schlussbetrachtung

Die erst circa zehn Jahre alte Arbeitsform Crowdfunding ist noch eine junge Form der Erwerbsarbeit. Hervorgegangen aus der *Sharing economy* und freiwilligem Engagement, worauf die Mitwirkung z. B. bei wikipedia heute noch beruht, sowie dem freien Austausch über web 2.0, ist aus dem Crowdfunding eine kommerzielle digitale Arbeit geworden.

Noch immer suggeriert der verwendete Sprachstil einiger Plattformen, dass es keine hierarchischen Strukturen in der Arbeitsbeziehung gibt. Durch eine saloppe Ansprache (*corporate language*) wird eine Machtasymmetrie überspielt, die zum Nachteil der Crowdworker besteht. Die Teilnehmenden an den durchgeführten Workshops waren der Meinung, dass mehr Klarheit in der Sprache notwendig sei, damit Crowdfunding als das, was es ist – eine Erwerbsarbeit –, erkannt wird.

Breites Spektrum des Crowdfunding

Das qualitativ unterschiedliche Niveau der Crowdarbeit und die möglichen globalen Aktivitäten erschweren die Identifizierung von geeigneten Handlungsfeldern zur Gestaltung von fairer Arbeit mit allgemeiner Gültigkeit. Der Spannungsbogen zwischen Unverbindlichkeit und zu speziellen Indikatoren für faire Arbeit, die nur für eine Form des Crowdfundings geeignet sind, begleitete die Arbeit in den Workshops.

Hochqualifizierte Softwareentwicklerinnen und Softwareentwickler, auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragte Fachkräfte, nehmen digital vermittelte Arbeitsaufträge nur an, wenn diese entsprechend gut dotiert sind. Dagegen ist die angemessene Entlohnung für nur wenige Minuten andauernde Microtasking-Jobs schwer einschätzbar. Besonders schwierig ist es, einen geeigneten Maßstab der Vergütung im Designbereich zu finden. Die ungeschützte Berufsbezeichnung und der nicht ausreichend vorhandene Schutz von geistigem Eigentum bergen ein hohes Risiko

von Preis- und Lohnverfall und einer Entwertung der Arbeit. Die Situation wird von durch Plattformen initiierten Wettbewerben verschärft, bei denen nur die prämierten Arbeiten entlohnt werden, andere eingereichte, aber nicht entlohnte Entwürfe jedoch zur weiteren Verwendung einbehalten werden.

Crowdarbeit – eine Arbeitsform mit dem Charakter der Erwerbsarbeit!?

Eine faire Entlohnung der Crowdarbeit muss gestaltet werden, um dieser Arbeitsform eine anerkannte Chance zu geben. Der Vorschlag der Teilnehmenden an den Workshops ist, sich dazu an der Struktur des Heimarbeitsgesetzes zu orientieren. Dies soll eine Möglichkeit darstellen, für die verschiedensten Aufgaben und Qualifikationsansprüche eine angemessene Gebührenspanne zu entwickeln.

Die Arbeitsbeziehung zwischen Plattform und Crowdworker wird durch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattformen geregelt. Von Plattformen mit Unternehmenssitz in Deutschland sollte erwartet und gefordert werden, dass dafür das nationale Recht als Grundlage herangezogen wird und keine Teile z. B. aus dem US-Amerikanischen-Recht übernommen werden – ein weiteres Ergebnis aus den Workshops. Eine Grundlage für entsprechende Aktivitäten kann eine vergleichende Analyse der Allgemeinen Geschäftsbedingungen einer größeren Anzahl von Plattformen sein. Dazu wird in Kürze von einem interdisziplinären Forschungsprojekt zu Crowdfunding an der Europa-Universität Viadrina eine Veröffentlichung erwartet.⁶⁶

⁶⁶ Eine Analyse der AGBs verschiedener Plattformen erscheint in Kürze im Rahmen des Forschungsprojekts *Koordination selbstständiger Unselbstständigkeit: Erwerbsarbeit jenseits der Organisation im Internetzeitalter* der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder).

Digitale Arbeiten braucht Qualifikationen

Crowdfunding wird vielfach gleichgesetzt mit Microtasking, einfachen „Klicktätigkeiten“, die keine Qualifikation voraussetzen. Ein bedeutendes Ergebnis einer teilstandardisierten Plattformanalyse des oben erwähnten Forschungsprojektes ist, dass zahlreiche digitale Tätigkeiten nur bearbeitet werden können, wenn die Crowdworker über eine profunde Ausbildung oder sogar über ein einschlägiges Studium verfügen. Dies könnte eine Erklärung für das hohe Bildungsniveau von Crowdworkern sein, wie es die Studien zu Erhebungen soziodemografischer Daten beschreiben (siehe Kapitel 2.3, Umfang und Bedeutung von Crowdfunding und Crowdsourcing).

Nur bei bestimmten Aufgaben fordern Plattformen von den Crowdworkern den Nachweis beruflicher Qualifikationen. Gänzlich unüblich ist es, dass Plattformen die durch digitale Arbeit erworbenen non-formalen Fähigkeiten der Crowd bestätigen. Ein Vorschlag von möglichen Kriterien zur Beurteilung bzw. Einordnung von Qualifikationen durch eine unabhängige Plattform könnte nach Einschätzung der Teilnehmenden an den Workshops eine gute Unterstützung für die Erstellung von „Arbeitszeugnissen“ durch Crowdsourcing-Plattformen bieten.

Solo-Selbstständige – ungenügende Absicherung

Noch ist digitale Arbeit in Deutschland für den größten Teil der Crowdworker ein Nebenverdienst. Dennoch gibt es bereits jetzt zahlreiche Solo-Selbstständige, die keine Beiträge zur Sozialversicherung leisten können. Sollte der Umfang von Crowdfunding in den nächsten Jahren, wie es zurzeit erwartet wird, zunehmen und die Anzahl der Solo-Selbstständigen steigen, stellt sich eine neue Herausforderung für das Sozialversicherungssystem. Für den aktuell noch scheinbar unüberbrückbaren Widerspruch zwischen einer maximalen Flexibilität der Arbeitsbeziehung einerseits und der fehlenden sozialen Absicherung andererseits ist eine Lösung erforderlich, die zu keiner starren Regulierung der digitalen Arbeit führt, die jedoch eine Verantwortung überträgt und diese nicht der unbeteiligten Gemeinschaft überlässt.

Interessenvertretung und Erfahrungsaustausch – Transparenz ermöglichen

Eine herkömmliche Interessenvertretung von Crowdworkern ist nicht organisierbar, da keine gemeinsame Arbeitsstätte mit physischer Anwesenheit existiert. In einigen Blogs, die von Crowdworkern organisiert werden, findet zwar ein Austausch statt, darüber hinaus erachteten die Teilnehmenden an den Workshops es jedoch für wünschenswert, wenn die Plattformen „ihrer Crowd“ einen virtuellen Raum für einen Meinungsaustausch bieten würden. Ein Ansatzpunkt für Crowdworker zur Organisation und Beratung bei rechtlichen Fragen bietet die Plattform faircrowdwork.org der IG Metall.

Auch digitale Arbeit unterliegt dem Wandel

In Dialogen zur Zukunft der Arbeit wird davon ausgegangen, dass Crowdwork in den nächsten Jahren an Bedeutung gewinnen wird. Jedoch ist auch diese relativ junge digitale Arbeitsform einem raschen Wandel unterzogen. Es zeichnet sich bereits ab, dass Microtasking-Jobs nach und nach von komplexer werdender Software übernommen werden. Schon heute werden z. B. kurze Nachrichten durch Algorithmen erstellt. Zur Optimierung der Bilderkennung digitaler Programme beschreiben Crowdworker Gegenstände, damit auch diese Tätigkeit in naher Zukunft durch entsprechende Algorithmen ohne menschliche Unterstützung erledigt werden kann.

Die rasante Weiterentwicklung technischer Innovationen bedingt, dass Plattformen ihre Geschäftsidee immer wieder überprüfen, gegebenenfalls neu konzipieren und sich umorientieren müssen. Der Wandel der digitalen Welt wirkt sich auch auf die in Berlin kleinen und mittleren Betriebe, die als Intermediäre tätig sind, aus.

Chancen digitaler Arbeit

Dennoch bietet die digitale Arbeit Chancen und Potenziale. Sie kann ein Modell der Erwerbsarbeit sein, die eine Lösung zur Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben bietet oder für Menschen mit eingeschränkter Mobilität eine neue Form der Teilhabe ermöglicht.



Impressionen aus den Workshops

Besonders in infrastrukturschwachen Regionen kann der digitale Arbeitsmarkt neue Beschäftigungspotenziale eröffnen, auch wenn die technische Infrastruktur in Deutschland diese Möglichkeiten derzeit stellenweise noch begrenzt.

Das Gestaltungspotenzial für faire Arbeit nutzen

Ob sich Crowdsourcing mit unabhängigen Plattformen / Intermediären als eigenständige Betriebe in den nächsten Jahren als ein stabiles Geschäftsmodell etabliert und der Crowd digitale Arbeiten in den unterschiedlichsten Tätigkeitsbereichen geboten werden können, ist aktuell nicht einschätzbar. Aus heutiger Sicht ist denkbar, dass diese Plattformen sich als kleine oder mittlere Unternehmen in Berlin stabilisieren können.

Ein weiteres denkbare Szenario ist der Ausbau von firmeneigenen Plattformen großer Unternehmen bzw. Konzerne, die über ihren Intermediär Projekte an eine externe Crowd zur Bearbeitung vergeben. Dies ermöglicht den Unternehmen, die speziellen Kenntnisse der Crowd für nicht dauerhafte Aufgaben zu generieren.

Ob das vorhandene Potenzial der Arbeitsform Crowdwork zur Geltung kommt, hängt letztlich davon ab, welche Gestaltungsansätze genutzt werden, um faire Arbeit in der Crowd

zu verankern. Mit guten Arbeitsbedingungen und sozialer Absicherung der Crowdworker besteht die Chance, dass die digitale Arbeitsform zu einer gesellschaftlich anerkannten Erwerbsarbeit wird.

Aussichten

Mit dieser Expertise wurden erstmals Vorschläge zur Gestaltung fairer Arbeit in der Crowd beteiligungsorientiert auf Landesebene erarbeitet. Die Bereitschaft zur Mitarbeit und die rege Unterstützung von allen Beteiligten zeigen, dass in der „Community“ eine Offenheit und Bereitschaft zur Gestaltung der Arbeit besteht. Viele Ansatzpunkte zur Regelung bedürfen juristischer bzw. gesetzgeberischer Initiative auf Bundesebene. Wir hoffen jedoch, mit der gemeinsamen Arbeit an dieser Expertise einen Impuls zur Vernetzung zwischen den Akteurinnen und Akteuren gesetzt zu haben.

Literatur

Print

- Al-Ani, Ayad / Stumpp, Stefan: *Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern*, Discussion Paper 2015-05. Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (Hrsg.), Berlin 2015.
- Benner, Christiane: „Crowdsourcing: Die radikalste Form der Digitalisierung der Arbeit – Eine Herausforderung für gewerkschaftliches Handeln“, in: Schröder, Lothar / Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Gute Arbeit Ausgabe 2016: Digitale Arbeitswelt – Trends und Anforderungen*, Bund Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2016.
- Bertschek, Irene / Ohnemus, Jörg / Viete, Steffen: *Befragung zum sozio-ökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern, Endbericht zur Kurzexpose*, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Forschungsbericht 462), Berlin, Mannheim 2016.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.): *Arbeit weiter denken – Grünbuch – Arbeiten 4.0*, Berlin 2015.
- Hinck, Gunnar / Kraft, Andreas: „Das Wichtigste auf einen Blick“, *Mitbestimmung*, Nr. 2/2016, Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.), 2016.
- Konferenzdokumentation Metropolenkonferenz „Arbeit 4.0 – made in Berlin“, Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen (Hrsg.), Berlin 2016.
- Leimeister, Jan Marco / Zogaj, Shkodran: *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing*, Arbeitspapier Nr. 287. Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.), Düsseldorf 2013.
- Leimeister, Jan Marco / Zogaj, Shkodran / Durward, David / Blohm, Ivo: „Arbeit und IT: Crowdsourcing und Crowdwork als neue Arbeits- und Beschäftigungsformen“, in: *Gute Arbeit und Digitalisierung. Prozessanalysen und Gestaltungsperspektiven für eine humane digitale Arbeitswelt*. ver.di – vereinte Dienstleistungsgewerkschaft Bereich Innovation und Gute Arbeit (Hrsg.), 1. Aufl., Berlin 2015.
- Leimeister, Jan Marco / Durward, David / Zogaj, Shkodran: „Crowdwork: Das Arbeitsmodell der Zukunft? Ausgewählte Projektergebnisse der HBS-Studie“, Kassel 2016.
- Ripsas, Sven / Tröger, Steffen: „Deutscher Startup Monitor 2015“. KPMG in Deutschland (Hrsg.), Berlin 2015.
- Schröder, Lothar: „Die Digitalisierung der Arbeitswelt – ein Blick zurück nach vorn“, in: Schröder, Lothar / Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Gute Arbeit Ausgabe 2016: Digitale Arbeitswelt – Trends und Anforderungen*, Bund Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2016.
- Commonwealth Club: „Crowdsourcing (3/3/10)“; <https://youtu.be/lxyUaWSblaA?t=390> (letzter Zugriff 08.06.2016).
- Howe, Jeff: „The Rise of Crowdsourcing“, in: *Wired*, 01.06.2006; www.wired.com/2006/06/crowds/ (letzter Zugriff 18.06.2016).
- Roth, Eva: „Der zerlegte Experte“, in: *Frankfurter Rundschau*, 23.04.2015; www.fr-online.de/arbeit-unsere-religion-it-branche-der-zerlegte-experte,30242698,30507652.html (letzter Zugriff 16.06.2016).
- de.textking.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- packator.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- pearlfinder.beiersdorf.com/ (letzter Zugriff 17.05.2016)
- rapidusertests.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- test.io/de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- webcrowd.net (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.applause.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.crowdee.de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.crowdguru.de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.expertcloud.de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.foodora.de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.greatcontent.de (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.jovoto.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.mila.com (letzter Zugriff 27.05.2016)
- www.tchibo-ideas.de/das-konzept/ (letzter Zugriff 02.05.2016)
- www.testbirds.de/technologie/crowd-testing/ (letzter Zugriff 04.05.2016)
- www.twago.de (letzter Zugriff 27.05.2016)

Web

Senatsverwaltung
für Arbeit, Integration
und Frauen



Das Modellprojekt *Joboption Berlin* wird im Rahmen des Programms *BerlinArbeit* der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen durchgeführt und aus Mitteln des Landes Berlin gefördert.