

Dienstleistung via Plattform: Gute Arbeit in der Gig Economy?!

Dokumentation des Fachdialogs am 2. November 2017

Erstellt im Rahmen des Projektes Joboption Berlin

»Dienstleistung via Plattform: Gute Arbeit in der Gig Economy?!«
Dokumentation des Fachdialogs am 2. November 2017

Berlin, Dezember 2017

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 Dokumentation wurde im Rahmen des Projektes *»Joboption Berlin«* erstellt und wird aus Mitteln der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert.

Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit
und Soziales



Inhalt

1. Tagesordnung	3
2. Hintergrund und Ziele	4
3. Begrüßung	5
4. Eröffnung	5
5. Digitalisierung von Dienstleistungen – Unternehmen, Beschäftigte und KonsumentInnen auf dem Weg in die „Plattform-Ökonomie“	6
6. Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin: Wie lassen sich die Arbeitsbedingungen von Gigworkern gestalten?	10
7. Gigwork als Chance: Arbeiten wir in Zukunft alle von Gig zu Gig?	15
8. Podiumsdiskussion	17
9. Ausblick	20
10. Veröffentlichungen von Joboption Berlin	21

1. Tagesordnung

10:00 Uhr	Begrüßung <i>Elke Ahlhoff, Geschäftsführerin, ArbeitGestalten GmbH</i>
10:05 Uhr	Eröffnung <i>Margrit Zauner, Abteilungsleiterin Arbeit und Berufliche Bildung, Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales</i>
10:20 Uhr	Digitalisierung von Dienstleistungen – Unternehmen, Beschäftigte und KonsumentInnen auf dem Weg in die „Plattform-Ökonomie“ <i>Prof. Dr. Heike Jacobsen, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Industriesoziologie, BTU Cottbus-Senftenberg</i>
11:00 Uhr	Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin: Wie lassen sich die Arbeitsbedingungen von Gigworkern gestalten? <i>Ute Kathmann, ArbeitGestalten GmbH</i>
11:40 Uhr	Pause
12:00 Uhr	Gigwork als Chance: Arbeiten wir in Zukunft alle von Gig zu Gig? <i>Dr. Florian A. Schmidt, Journalist</i>
12:40 Uhr	Podiumsdiskussion <ul style="list-style-type: none">• <i>Benedikt Franke, Geschäftsführer, Helpling GmbH</i>• <i>Clemens Melzer, ehem. Pressesekretär, Freie Arbeiterinnen- und Arbeiter-Union Berlin</i>• <i>Dr. Nadine Müller, Referentin, ver.di, Bereich Innovation und Gute Arbeit</i>• <i>Vincent Pfeifer, Pressesprecher, Foodora GmbH</i> Moderation: <i>Ute Kathmann, ArbeitGestalten GmbH</i>
13:50 Uhr	Ausblick <i>Elke Ahlhoff, Geschäftsführerin ArbeitGestalten GmbH</i>

2. Hintergrund und Ziele

Ob Betreuung, Reinigung, Essens- oder Paketlieferung, Personenbeförderung, Handwerksleistungen oder therapeutische Maßnahmen: In Berlin lassen sich heute zahlreiche Dienstleistungen einfach und schnell per Mausklick über Plattformen buchen. Welche Arbeitsbeziehungen und -bedingungen hinter den Angeboten stecken, ist hingegen weit weniger bekannt als die allgegenwärtige Werbung der Plattformen. Oft handelt es sich bei den sogenannten Gigworkern um Solo-Selbstständige, die für einen festen Betrag auf Abruf bereitstehen, und von Auftrag zu Auftrag arbeiten. Diesen Erwerbstätigen fehlt es an sozialer Absicherung, Mitbestimmung und fairer Entlohnung.

Die Fachveranstaltung „Dienstleistung via Plattform: Gute Arbeit in der Gig Economy?!“ beleuchtet die Arbeitsbedingungen der Gigworker sowie die Herausforderungen und Potenziale der neuen Arbeitsform Gigwork.

Dazu gehen wir zunächst einen Schritt zurück und betrachten die Dienstleistungsbranche im Allgemeinen: Was macht Dienstleistungen aus? Und wie verändern sich Dienstleistungen durch die zunehmende Digitalisierung? Diese Fragen, die einen Bogen zwischen traditionellen Dienstleistungen und digital vermittelten Dienstleistungen spannen, werden von Prof. Dr. Heike Jacobsen in ihrem Beitrag erörtert. Hier wird deutlich, dass Gigwork auch als Teil der großen Dienstleistungsbranche erkannt werden muss.

Im Anschluss daran wird die im Rahmen des Projekts *Joboption Berlin* erstellte Expertise „Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin“ erstmals vorgestellt. Ute Kathmann von ArbeitGestalten beschreibt zunächst die Merkmale von Gigwork, erläutert dann die Vorgehensweise bei der Erarbeitung der Expertise, und stellt anschließend die Ergebnisse der Plattformrecherche sowie aus den Gesprächen mit Akteurinnen und Akteuren der Plattformökonomie vor. Außerdem berichtet sie von den Erkenntnissen aus zwei Workshops, die im Sommer in Berlin stattgefunden haben und die ebenfalls Teil der Expertise „Der Job als Gig“ sind.

Dr. Florian A. Schmidt stellt schließlich ein Zukunftsszenario vor, in dem alle Menschen von Gig zu Gig arbeiten und sich der permanenten Selbstoptimierung unterwerfen. Jede Minute wird optimal genutzt, ständig wird abgewägt, welche Tätigkeit sich lohnt und welche besser outgesourct wird – immer auf persönlicher Ebene und unter Zuhilfenahme der fiktionalen, von Dr. Schmidt erdachten App „Uberich“.

Der Vortrag dient den Teilnehmenden der Podiumsdiskussion als Vorlage, um ihre Einschätzungen zu Dr. Schmidts Zukunftsszenario abzugeben: Ist das Szenario realistisch? Ist es völlig abwegig? Oder müssen wir künftig eine Welt irgendwo zwischen diesen beiden Möglichkeiten erwarten? Steht uns eine tiefgreifende Veränderung der Dienstleistungsbranche bevor?

3. Begrüßung

Elke Ahlhoff, Geschäftsführerin, ArbeitGestalten GmbH

Elke Ahlhoff, Geschäftsführerin der ArbeitGestalten GmbH, begrüßt alle Referentinnen und Referenten sowie die Teilnehmenden. Sie stellt fest, dass die Digitalisierung große Veränderungen für die derzeitige Arbeitswelt mit sich bringe – eine Herausforderung, sowohl für die Arbeits- als auch die Lebenswelt. Die Frage, wie die Arbeit von morgen gestaltet sein sollte und welche Möglichkeiten der Gestaltung sich heute bieten, müssten erörtert werden. Bereits im vergangenen Jahr wurde im Projekt *Joboption Berlin* die Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“ erarbeitet, die sich mit ortsunabhängigen Dienstleistungen befasste, die digital über Plattformen vermittelt werden. Im Gegensatz dazu beziehe sich der Begriff „Gigwork“ auf orts- und zeitabhängige Dienstleistungen. In Berlin nehme man diese Art der Beschäftigung im Stadtbild zunehmend durch Werbung wahr, so Ahlhoff. Die Geschäftsfelder seien hauptsächlich in der Betreuung und Reinigung angesiedelt, befänden sich aber ebenfalls stark im Wandel.

4. Eröffnung

Margrit Zauner, Abteilungsleiterin Arbeit und Berufliche Bildung, Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Margrit Zauner, Abteilungsleiterin Arbeit und Berufliche Bildung bei der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales, sieht den Fachdialog als Weiterführung des Dialogprozesses *„Arbeit 4.0 – made in Berlin“*, den die Senatsverwaltung im Jahr 2015 als Teil der digitalen Agenda angestoßen habe mit dem Ziel, die Arbeitsbedingungen mitzugestalten.¹ Im Fokus stehen neue Arbeitsformen wie Crowdfunding. Mit diesem Schwerpunkt beschäftigte sich die Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“ aus dem Jahr 2016.

Nun gebe es eine neue Expertise, die ortsgebundene, digital vermittelte Dienstleistungen, sogenanntes „Gigworking“ behandelt. In Berlin bestehe die Arbeitswelt zu fast 95 Prozent aus Dienstleistungen, stellt Zauner fest. Die Gewinne werden allerdings oft bei den Plattformbetreibern gemacht anstatt bei den Dienstleisterinnen und Dienstleistern. Drängend sei bei der Arbeitsform Gigwork die Frage nach den Arbeitsbedingungen, Mitbestimmungsrechten und der Interessenvertretung. Nicht nur Berlin, auch andere Metropolen beschäftigen sich mit dem Thema Zukunft der Arbeit und Gig Economy, erklärt Margrit Zauner. Da Berlin von den Gigwork-Plattformen als Testmarkt genutzt werde, sei die aktive Mitgestaltung der Arbeitsbedingungen für den Senat von zentraler Bedeutung. Wie sich die Gig Economy auf die Dienstleistungsbranche auswirken werde, bleibe abzuwarten. Die Rolle der Gewerkschaften sowie der Zugang für ältere Menschen seien weitere wichtige Aspekte, die diskutiert werden müssten. Für den Fachdialog wünscht Margrit Zauner allen Beteiligten viel Erfolg.

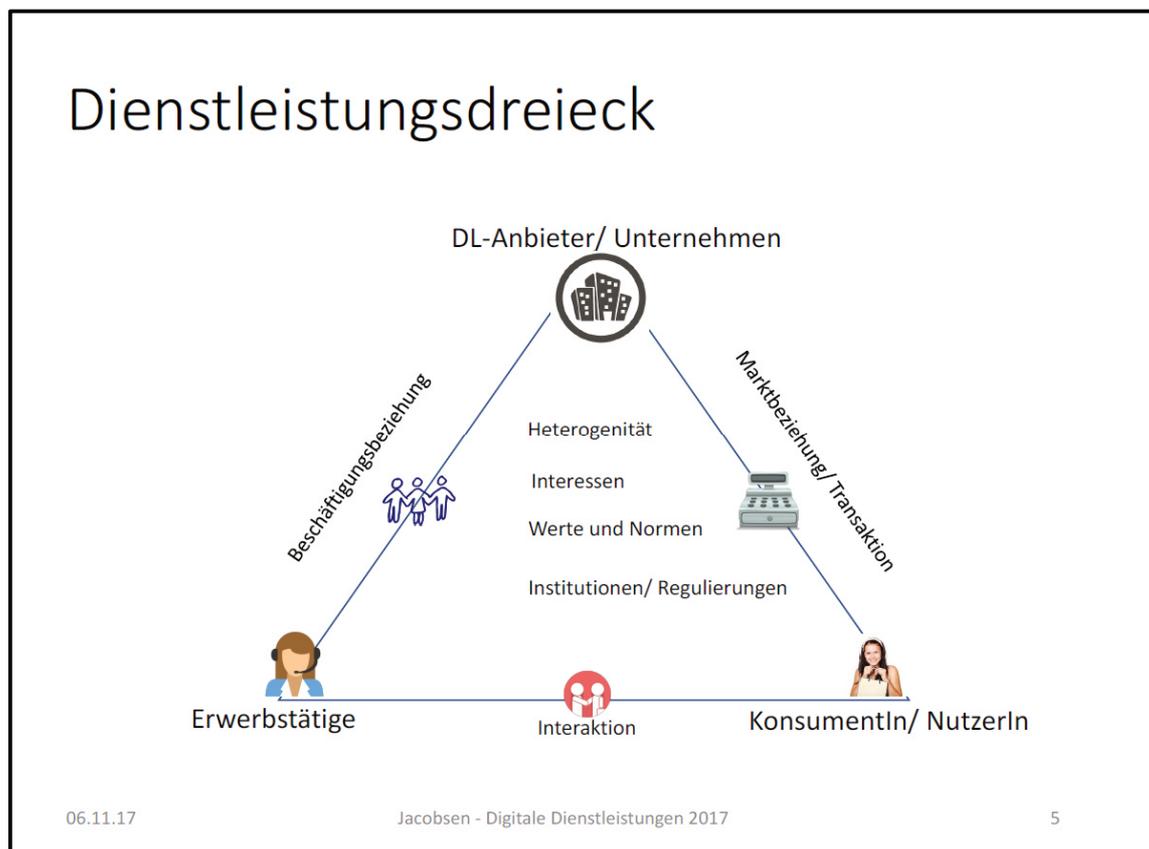
¹ Vgl. <https://www.berlin.de/arbeit-4-punkt-0/arbeit-4-0/>

5. Digitalisierung von Dienstleistungen – Unternehmen, Beschäftigte und KonsumentInnen auf dem Weg in die „Plattform-Ökonomie“

Prof. Dr. Heike Jacobsen, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Industriosozologie, BTU Cottbus-Senftenberg

Prof. Dr. Heike Jacobsen beginnt ihren Beitrag mit der Feststellung, dass die derzeitige Arbeits- und Lebenswelt als unendliches Dienstleistungsuniversum erscheine. Durch das Internet und die zunehmende Digitalisierung werden viele Dienstleistungen auch digital angeboten und miteinander vermittelt. Die Nutzung des Internets sei jedoch insofern noch relatives Neuland, als die ökonomischen Chancen und Risiken sehr ungleich verteilt und bisher erst ansatzweise Maßnahmen zur gesellschaftlich und ökologisch sinnvollen Gestaltung entwickelt worden seien, stellt Dr. Jacobsen fest. Dienstleistungen werden als ökonomisch gerahmte Handlungen definiert, die auch kulturell eingebettet seien. Dies betreffe beispielsweise die Frage, ob Reinigungsdienstleistungen im Privathaushalt als angemessen oder legitim empfunden werden. Dienstleistungen seien aber auch sozial strukturiert – sie werden sozial ungleich in Anspruch genommen und sozial ungleich geleistet.

Man könne die Digitalisierung von verschiedenen Standpunkten aus betrachten: Aus der Perspektive der Konsumentinnen und Konsumenten stelle sich die Frage, wie Digitalisierung die Qualität und Verfügbarkeit des Angebotes beeinflusse. Für Erwerbstätige stehe im Mittelpunkt, welche Qualität von Arbeit und Beschäftigung vorherrsche. Unternehmen hingegen seien eher mit den Wettbewerbsstrategien der Dienstleistungsanbieter befasst. Dr. Jacobsen stellt die Beziehungen in einem Dienstleistungsdreieck dar:



Im Folgenden stellt Dr. Jacobsen die Industrialisierung von Dienstleistungen der Innovation gegenüber. Während die Industrialisierung von Dienstleistungen für die Unternehmen eine Effizienzsteigerung im Wettbewerb nötig mache, fragmentierten sich einzelne Dienstleistungs-Module heraus. Dieser Prozess sei auch mit der Auslagerung von Funktionen und Aufgaben verbunden. Für Erwerbstätige bedeute dies Arbeitsplatzverluste und fragmentierte Beschäftigungsstrukturen. Die Konsumentin bzw. der Konsument stellen schließlich fest, dass Dienstleistungen im Sinne von Bedienungssituationen immer weiter zurückgingen. Beispiele aus dem täglichen Alltag seien Online-Banking oder Selbstbedienungskassen im Supermarkt. Persönliche Kontakte würden dadurch weniger, was vielfach als Verlust empfunden werde. Dem stehe jedoch gegenüber, dass in dieser Weise rationalisierte Dienstleistungen zu günstigen Preisen für viele Konsumentinnen und Konsumenten verfügbar seien.

Digitalisierung erleichtere jedoch nicht nur die weitere Rationalisierung bestehender Dienstleistungen, sondern biete erhebliches Innovationspotential, führt Dr. Jacobsen weiter aus. Unter technologischen Innovationen könnten robotergestützte Dienstleistungen verstanden werden, wie z. B. smarte Haustechnik oder Energiespar-Apps. Diese passen ihre Angebote personalisiert dem Benutzenden an.

Aus organisatorischer Hinsicht bringen innovative Dienstleistungen neue Wettbewerberinnen und Wettbewerber an den Markt, wo Dienstleistungen auf Plattformen angeboten und vermittelt werden. Neue Begriffe dafür sind Gigwork, Crowdwork oder Sharing Economy.

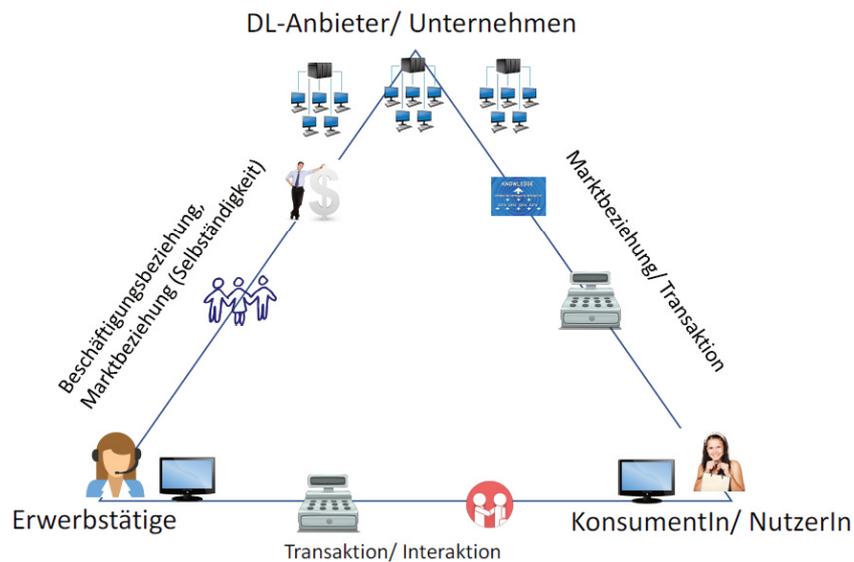
Dr. Jacobsen stellt den Begriff der „disruptiven“ Dienstleistungsangebote vor: Einfache Dienstleistungen hebeln komplexe Dienstleistungen aus und verdrängen diese. Konsumentinnen und Konsumenten können von erschwinglichen Preisen und guter Vergleichbarkeit der Angebote profitieren. Zudem finde auch „soziale“ Innovation statt: Neue soziale und kulturelle Praktiken werden erprobt, wenn man z. B. fremde Personen mit dem eigenen Auto befördert.

Problematisch seien die Aspekte der Datensicherheit und des Datenschutzes, die weitestgehend der Kontrolle durch die Nutzerinnen und Nutzer entzogen sind.

Die ungleiche Nutzung von Dienstleistungsangeboten könne zu einer „digitalen Spaltung“ führen, die sich auch räumlich auswirke. Nicht jedes Dienstleistungsangebot, das in Berlin funktioniere, lasse sich auf andere Orte übertragen.

Dr. Jacobsen zeigt nun anhand des digitalen Dienstleistungsdreiecks, wie sich die Beziehungen zwischen Anbietern, Erwerbstätigen und Nutzerinnen und Nutzern im Zuge der Digitalisierung verändern. Sie stellt anschließend Beispiele verschiedener Plattformen vor und vergleicht diese miteinander.

Digitales Dienstleistungsdreieck



06.11.17

Jacobsen - Digitale Dienstleistungen 2017

11

Typen von Plattformen zur Vermittlung orts- und zeitgebundener Dienstleistungen (Beispiele)

	Foodora	Helping	MyHammer
Inhalt der DL für Nutzer	Belieferung	Hausarbeiten	Handwerkerarbeiten
Plattform/ operativer DL	Beschäftigung mit Elementen von Selbständigkeit	Soloselbständigkeit plus Gebühr	(Solo-)Selbständigkeit plus Gebühr
Plattform/ Verbraucher	Daten-Transaktion	Daten-Transaktion	Daten-Transaktion
Operativer DL/ Verbraucher	Interaktion	Transaktion	Transaktion im direkten Preiswettbewerb
Reichweite DL	lokal	lokal	regional/ national
Steuerung Plattform	International	International	National
Inhalt der DL für andere Untern.	Pflege Kundenbeziehung	?	?

06.11.17

Jacobsen - Digitale Dienstleistungen 2017

15

Offene Fragen ergeben sich vor allem bezüglich der Qualitätssicherung. Eine Einbindung in betriebliche Qualifizierungsprozesse sei nicht immer gegeben; vorhandene Qualitätssicherungssysteme wie beispielsweise Handwerkskammern werden nicht aktiv genutzt oder sogar unterlaufen. Die Bewertung der Dienstleistung sei mitunter sehr subjektiv und störanfällig, oft könne allein die Freundlichkeit bewertet werden. Die Organisationsform der Unternehmen als multinational aufgestellte Firmen machten es schwer, diese den nationalen Gesetzen zu unterstellen.

Ein wichtiger Aspekt sei außerdem die soziale und rechtliche Absicherung der operativen Dienstleisterinnen und Dienstleister. Eine Schwächung der Beschäftigungsbeziehung als zentrale Institution der sozialen Integration und Sicherung könne zu einem „Digital Divide“ als neue soziale Ungleichheit auf dem Arbeitsmarkt führen.

Zudem seien Marktmechanismen bei regionaler bzw. lokaler Monopolstellung einer Plattform fraglich. Zusammenfassend ergeben sich folgende Feststellungen:

- Dienstleistungsplattformen tragen bei zur Entstehung eines neuen Dienstleistungsuniversums; ökologische und soziale Effekte sind unterbelichtet
- Die teils enorme Kapitalstärke der Plattformen verschafft ihnen eine besondere Stellung vor allem gegenüber kleinen und mittleren Unternehmen, die vergleichbare Dienstleistungen traditionell anbieten; Regulierungsmaßnahmen sollten dies berücksichtigen
- Plattformvermittelte Dienstleistungen schließen nicht in jedem Fall an selbstverständliche, eingelebte Traditionen an, sondern erfordern von allen Beteiligten neue Orientierungen, Entscheidungen und die Übernahme von Verantwortung

6. Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin: Wie lassen sich die Arbeitsbedingungen von Gigworkern gestalten?

Ute Kathmann, ArbeitGestalten GmbH

Ute Kathmann stellt die Expertise „Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin“² vor. Einleitend ruft sie zunächst die Merkmale in Erinnerung, die den Begriff Gigwork kennzeichnen.

- über Plattformen vermittelte Dienstleistungen; beteiligte Parteien sind in der Regel Plattformen, Gigworker und Auftraggeberinnen bzw. Auftraggeber
- Gigworker sind oft mehrfach für denselben Auftraggeber bzw. dieselbe Auftraggeberin tätig
- Gigworker haben direkten Kundenkontakt
- Dienstleistungen werden vor Ort erbracht, sind ortsgebunden
- das Smartphone dient als Arbeitsmittel bei der Vermittlung, ist während der Erbringung der Dienstleistung aber eher sekundär
- Solo-Selbstständigkeit wird von einigen Plattformen vorausgesetzt
- die Provision der Plattformen ist meist fix (20 bis 30 Prozent)
- Gigworker arbeiten flexibel und selbstbestimmt, so die Versprechen vieler Plattformwerbeslogans

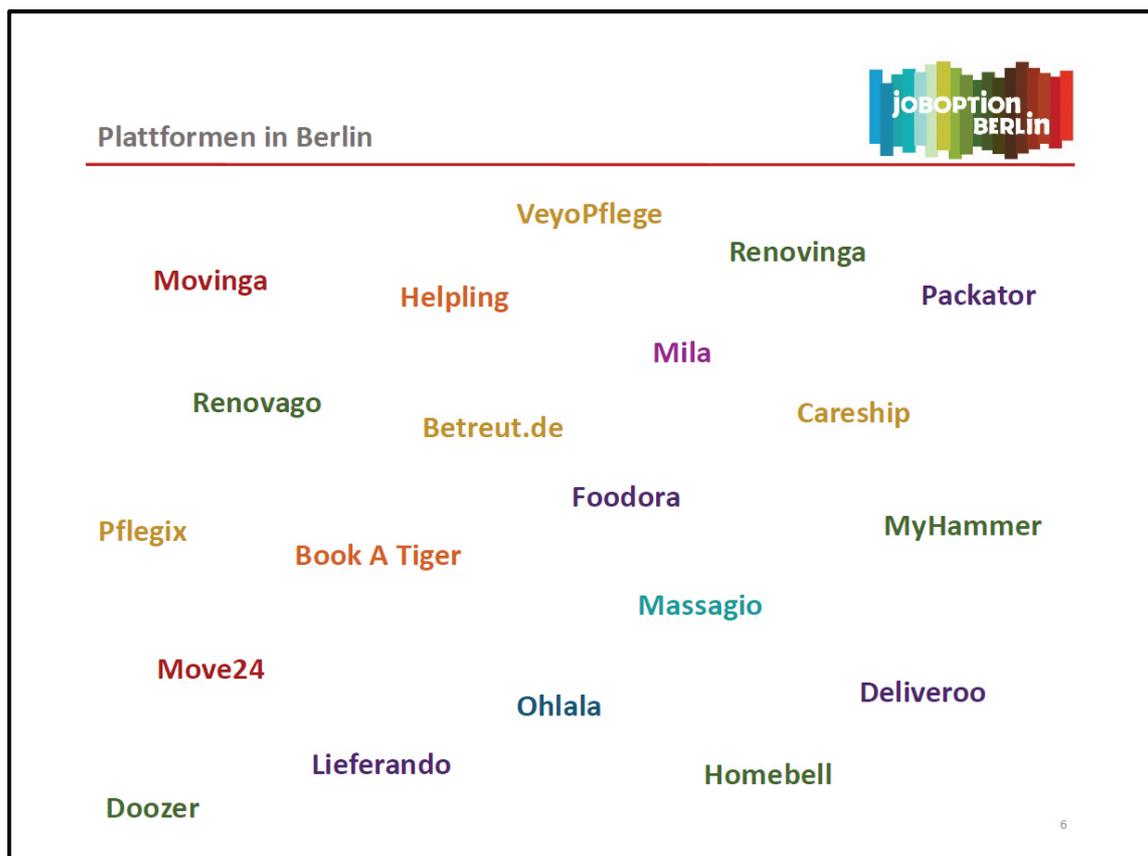
Anschließend berichtet Kathmann, auf welcher Datenbasis die Expertise erstellt wurde. Neben der wissenschaftlichen Recherche zu der Begrifflichkeit, den Merkmalen und der Verbreitung von Gigwork wurden Plattformen recherchiert, die in Berlin aktiv sind. Darüber hinaus wurden zahlreiche explorative Interviews mit ausgewählten Personen geführt, die bereits Erfahrungen mit Gigwork gesammelt haben. Im Sommer wurden zudem zwei Workshops mit Expertinnen und Experten durchgeführt, um Handlungsbedarfe zu ermitteln.

Bei der Recherche der Plattformen, die Gigworker in Berlin vermitteln, habe man sich an den oben genannten Merkmalen orientiert – in der Regel bezeichneten sich die Plattformen selbst nicht als Gigwork-Plattformen.

Allein in Berlin seien zahlreiche Plattformen aktiv. Die Plattformen wurden anschließend in verschiedene Branchen kategorisiert. So könnten die Plattformen Careship, Betreut.de, Pflegix und VeyoPflege unter „Betreuung“ zusammengefasst werden. Pflegix gebe es erst seit knapp einem Jahr, die Plattform habe bereits kurz nach ihrer Gründung eine Hamburger Betreuungsplattform übernommen. VeyoPflege hingegen existiere schon nicht mehr; die Plattform habe zu Beginn des Jahres 2017 ihr Geschäftsmodell geändert. Dies sei ein Hinweis auf die hohe Dynamik, die in der Gig Economy herrsche.

Die Plattformen Helpling und Book A Tiger seien Anbieter von Reinigungsdienstleistungen. Während Helpling mit Solo-Selbstständigen arbeite, habe Book A Tiger Anfang 2016 auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung umgestellt. Auch Careship, Pflegix und Betreut.de böten inzwischen Reinigungsdienstleistungen an.

² Abrufbar unter <http://www.arbeitgestaltengmbh.de/assets/projekte/Joboption-Berlin/Der-Job-als-Gig-Expertise-Digital-November-2017.pdf>.



Zu den Plattformen, die Dienstleistungen im Bereich Logistik anbieten, zählt Kathmann die Essenslieferdienste Foodora, Deliveroo und Lieferando. Weitere Kurierdienstleistungen wie die Zustellung von Paketen werden von Packator vermittelt.

Anbieter von Handwerksdienstleistungen seien die Plattformen Renovinga, Homebell, Doozer und MyHammer. Die Webseite der Plattform Renovago, die in der Expertise noch Platz fand, sei während der Vorbereitung des Vortrags zum Fachdialogs schon nicht mehr aufrufbar gewesen. Auch hier sei die Dynamik der Gig Economy erkennbar.

Neben den oben genannten Kategorien gebe es noch weitere Dienstleistungen, die unter „andere“ zusammengefasst werden: Massagio biete Massagen für zu Hause an, Movinga und Move24 vermitteln Helferinnen und Helfer für Umzüge, bei Ohlala können Kunden Sexarbeiterinnen buchen, und Mila vermittelt technikaffine Personen, die beispielsweise ein Home Entertainment System im Privathaushalt anschließen.

Die Bandbreite und Anzahl der recherchierten Plattformen, sowie deren Entwicklung – von Übernahmen bis hin zur Umstellung von Geschäftsmodellen, sowie der Einstellung des Angebots – seien starke Indikatoren für die hohe Dynamik der Gig Economy. Bemerkenswert sei darüber hinaus die Tatsache, dass die meisten Plattformen erst nach 2013 gegründet wurden, aber auch sehr junge Plattformen wie Pflegix bereits mit mehr als 7.000 Gigworkern in zahlreichen deutschen Städten zusammenarbeiteten.

Explorative Interviews wurden mit den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern der Plattformen Helpling, Book A Tiger, Massagio, Betreut.de und Foodora geführt, sowie mit Vertreterinnen und Vertretern von ver.di, der Deliverunion, einem Gigworker, sowie mit der Pflegedienstleitung einer Pflegeeinrichtung und der Geschäftsführerin eines Berliner Restaurants, das mit den drei bekanntesten Essenslieferdiensten zusammenarbeitet.

Die Erreichbarkeit von Gigworkern stellte sich bei der Suche nach Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern als Herausforderung dar, da sie, mit Ausnahme der Kurierinnen und Kuriere, kaum sichtbar und nicht gewerkschaftlich organisiert seien. Die Bereitschaft der Plattformen zu einem Gespräch

sei gemischt gewesen: Während „ältere“ Plattformen eher zu einem Gespräch bereit waren, zeigten sich „jüngere“ und weniger bekannte Plattformen eher skeptisch.

Hinsichtlich des Geschäftsmodells stellte sich heraus, dass einige Plattformen überzeugt von der Arbeit mit Solo-Selbstständigen sind, während andere dies stark kritisierten („Scheinselbstständigkeit“) und bereits auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung umgestellt haben oder dies zumindest planen.

Die Plattformen verdienen auf unterschiedliche Art und Weise Geld; so gebe es das Provisionsmodell, das Subskriptionsmodell sowie in einigen wenigen Fällen die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung.

Die Geschäftskundschaft bezeichnet die Zusammenarbeit mit Plattformen als flexible Ergänzung zum Alltagsgeschäft, sie schaffe allerdings auch Probleme, die sogar zu Umstrukturierungen im Betrieb geführt hätten.

Bei den zwei im Sommer 2017 stattgefundenen Workshops diskutierten Vertreterinnen und Vertreter der Senatsverwaltung, der Gewerkschaften, der Plattformen und aus der Wissenschaft zunächst über die Potenziale und Herausforderungen von Gigwork für Gigworker, Plattformen und Auftraggeberinnen und Auftraggeber.

Für Gigworker biete die neue Arbeitsform einen niedrighschwelligen Zugang zu Aufträgen, sowie Flexibilität und Zeitsouveränität. Auch Neu-Berlinerinnen und Neu-Berliner profitierten von Gigwork, da kein Netzwerk vorhanden sein müsse, um an Aufträge zu gelangen. Als Herausforderungen formulierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops die unzureichende soziale Absicherung, die meist geringe Entlohnung, die fehlende Auftragsgarantie (Flexibilität schwindet), die mangelnde Interessenvertretung sowie den Umstand, dass die Gigworker in den meisten Fällen keine Nachweise über berufliche Entwicklungen erhalten.

Aus der Perspektive der Plattformen, die mit Solo-Selbstständigen zusammenarbeiten, führe Gigwork zum Wegfall der Kosten für die soziale Absicherung, da diese von den Gigworkern selbst übernommen werden müsse. Diese Herausforderung für die Gigworker stelle für die Plattformen einen Wettbewerbsvorteil dar. Zudem werden die Gigworker nur bezahlt, wenn sie die Aufträge tatsächlich durchführen. Doch auch die Plattformen sehen sich Herausforderungen gegenüber, die mit Gigwork einhergehen, so Kathmann. Angebot und Nachfrage müssten stets in Balance sein, damit das Geschäftsmodell funktioniere; außerdem gebe es eine hohe Fluktuation unter den Gigworkern. Darüber hinaus bestehe die Gefahr des „market place leakage“ – Gigworker und Auftraggebende könnten die Plattformen nach erstmaliger Kontaktaufnahme umgeben und privat Termine bspw. für die Wohnungsreinigung vereinbaren. Zudem dürften Plattformbetreiberinnen und -betreiber die solo-selbstständigen Gigworker nicht anleiten, was die Qualität der Dienstleistung beeinflusse.

Vorteile von Gigwork für Auftraggeberinnen und Auftraggeber ergeben sich durch den einfachen Zugang zu Dienstleistungen, die außerdem relativ günstig angeboten werden. Ein weiterer Vorteil sei die Vorauswahl, die von den Plattformen getätigt werde. Als Herausforderung formulierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops, dass sich Auftraggeberinnen und Auftraggeber häufig nicht ihrer Verantwortung bewusst seien. Auch die geringe Verbindlichkeit der Gigworker könne für die Auftraggeberinnen und Auftraggeber ein Problem darstellen, nämlich dann, wenn gebuchte Dienstleistungen nicht oder nur ungenügend erbracht werden.



Workshops

Zentrale Erkenntnisse

- ➔ **Solo-selbstständige Gigworker: fehlende soziale Absicherung, keine Interessenvertretung, meist sehr niedrige Vergütung** (unterläuft den Mindestlohn) und **kein Nachweis über berufliche Entwicklungen**

- ➔ **Verbindung von Erwerbsarbeit und sozialer Absicherung ist** für viele Erwerbstätige und für einige Vertreter/innen von Plattformen **nicht mehr selbstverständlich**

- ➔ **Konsumentinnen und Konsumenten schätzen den Wert einer Dienstleistung oft zu niedrig ein;** Sensibilisierung notwendig



Workshops

Zentrale Erkenntnisse

- ➔ **sehr hohe Dynamik in der Branche, zum Teil fragile Geschäftsstrukturen**

- ➔ **Berlin fungiert als Testmarkt**

- ➔ **keine verlässlichen Daten über die Anzahl von Gigworkern**

- ➔ **Auswirkungen von Gigwork auf traditionelle Branchen noch nicht abschätzbar** (Handwerk, Betreuung, Reinigung, etc.)

Insgesamt sei eine sehr hohe Dynamik in der Branche festzustellen, mit zum Teil fragilen Geschäftsstrukturen, resümiert Kathmann. Es gebe derzeit keine verlässlichen Daten über die Anzahl von Gigworkern und Plattformen. Welche Auswirkungen Gigwork auf traditionelle Branchen wie Handwerk, Betreuung und Reinigung habe, sei noch nicht abschätzbar.

Befragt nach quantitativen Anteilen der Plattformen in Berlin, informiert Ute Kathmann darüber, dass Foodora und Deliveroo jeweils ca. 500 Fahrerinnen und Fahrer beschäftigen. Helpling vermittele ca. 5.000 Reinigungskräfte in Deutschland, Book A Tiger beschäftige etwa 150 sozialversicherungspflichtige Reinigungskräfte in Berlin. Die Plattform Pflegix hat deutschlandweit 7.500 registrierte Betreuungskräfte, davon ca. 10 Prozent in Berlin. Die Betreuungsplattform Betreut.de zählt nach eigenen Angaben weltweit 24 Mio. registrierte Nutzerinnen und Nutzer.

Auf die Frage hin, weshalb die Plattform Book A Tiger als Beispiel für Gigwork in die Expertise aufgenommen wurde, erläutert Kathmann, das Unternehmen habe anfangs durchaus mit Solo-Selbstständigen zusammengearbeitet. Dadurch, dass Book A Tiger ihr Geschäftsmodell bereits 2016 auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung umgestellt habe, könne das Unternehmen nun auf beide Geschäftsmodelle zurückblicken. Zudem gebe es nach wie vor Elemente, die der Gigwork entsprächen (aus Nutzerperspektive), so die Beraterin. Von diesen Erfahrungen habe man besonders im Workshop profitieren können.

Ute Kathmann bedankt sich abschließend bei allen Beteiligten für die vertrauensvolle Zusammenarbeit.

7. Gigwork als Chance: Arbeiten wir in Zukunft alle von Gig zu Gig?

Dr. Florian A. Schmidt, Journalist

Dr. Florian A. Schmidt stellt seinem Beitrag voran, dass er als freiberuflicher Journalist auch persönlich von der voranschreitenden Digitalisierung und der damit einhergehenden Fragmentierung von Arbeit betroffen sei. Auch wenn diese Art der Arbeit kein völlig neues Phänomen darstelle, verändere sie sich derzeit stark. Die Finanzkrise im Jahr 2008 habe bei vielen Menschen – nicht zuletzt auch aus der Not heraus – zu dem Wunsch geführt, ihr Leben und ihre Arbeitswelt selbst zu organisieren. Diese Entwicklung wurde von Plattformbetreibern erkannt und genutzt. Dr. Schmidt skizziert in seinem Vortrag ein futurisches Szenario, in dem jeder Mensch als Gigworker arbeitet – eigenständig, individuell und stets vernetzt mit anderen Gigworkern und Unternehmen. In seiner Herangehensweise stützt er sich auf den Designansatz des „Speculative Design“, mit Hilfe dessen alternative Zukunftsszenarien entwickelt werden.

In dem von Schmidt entworfenen Szenario wird jede Person zum „Micro-Entrepreneur“. Dass es durchaus bereits Tendenzen in diese Richtung gibt, zeigt Schmidt anhand einiger Beispiele aus den vergangenen Jahren. Er zitiert dazu den Begriff „Ich-AG“ aus dem Jahr 2002, geprägt durch Gerhard Schröder, sowie den Leitgedanken des „unternehmerischen Selbst“, formuliert durch den Soziologen Ulrich Bröckling im Jahr 2007, und Werbebotschaften wie „Unterm Strich zähl' ich“ von der Postbank im Jahr 2008. Die Tendenz zum selbstständigen Arbeiten habe große Vorteile besonders für Unternehmen: Die zunehmende Übertragung unternehmerischen Handelns auf das Individuum führe fortwährend zur Senkung der Transaktionskosten.

Schmidt stellt verschiedene Bereiche des Lebens vor, in denen viele Merkmale von Gigwork bereits Einzug gehalten haben. So berichtet er von Computerspielen, bei denen Spielerinnen und Spieler bestimmte Einzelaufgaben lösen müssen und individuell ihre virtuellen Leben gestalten. Arbeits- und Spielcharakter vermischen sich, man arbeitet zunehmend spielerisch – immer mit dem Gedanken, dass Aufgaben stets zur eigenen Freude bearbeitet werden. Diese Grenzüberschreitung führe schließlich automatisch dazu, dass Leistungen zu jeder Tageszeit erbracht werden, da sie nicht mehr klar von Freizeitaktivitäten getrennt werden.

In dem Zukunftsszenario befindet sich der Mensch in permanenter Abwägung zwischen der Wirtschaftlichkeit und Effizienz all seiner Handlungen. So frage sich der Gigworker der Zukunft, ob es wirtschaftlicher sei, selbst zu kochen oder Essen zu bestellen. Bei einem auf „Surge Pricing“ setzenden Gigwork-System seien derartige Abwägungen an der Tagesordnung. Wenn eine Essensbestellung im Moment des Hungergefühls günstiger ist als die eigene Arbeitskraft, dann ist sie wirtschaftlich sinnvoller. Ein anderes Beispiel seien Produkte einiger Start-ups, die damit werben, noch effizienteres Arbeiten zu ermöglichen, wie etwa gehaltvolle Drinks, deren Konsum einem Mittagessen gleiche. In Zukunft werde eine Entscheidung also stets so gefällt, dass sie die für den Moment und für das Individuum optimale Option sei.

Beispielhaft erwähnt Schmidt das Projekt „Human Element Inc.“ von Stephan Bogner und Philipp Schmitt, in dem gezeigt wird, wie man mit Crowdwork jede Minute seines Lebens nutzen kann, um spielerisch Geld zu verdienen. Auch Designer und Regisseur Keiichi Matsuda hat mit „Hyper Reality“ ein buntes und lautes Zukunftsszenario entworfen, in dem die Protagonistin rund um die Uhr von einem digitalen Assistenten begleitet wird, der ihr in Echtzeit Informationen zu ihrem Umfeld präsentiert und Möglichkeiten aufzählt, die sich in unmittelbarer Nähe ergeben. Die Protagonistin im Video merkt irgendwann, dass ihr digitales Profil verwechselt worden sein muss; ihr werden Jobs und Produkte angeboten, die eigentlich gar nicht zu ihr passen. Erst nach mehrmaliger Betrachtung des Videos sei man in der Lage, alle Einzelheiten zu erkennen, es drohe Reizüberflutung,

Um die eigene Arbeitskraft künftig effizient zu verwalten, stellt Florian Schmidt im Anschluss an sein

vorgestelltes Zukunftsszenario die fiktionale App „Uberich“ vor, die jedem Individuum hilft, permanent abzuwägen, welche Tätigkeit wirtschaftlich und aktuell am effizientesten ist. Den Namen des Produkts „Uberich“ könne man zudem als Versprechen sehen, indem man es als „U be rich“ liest – „Du wirst reich sein!“

Abschließend wirbt Schmidt getreu eines Start-up-Gründers im Publikum um Investorinnen und Investoren für seine App „Uberich“ und verspricht, dass sich damit das Leben jedes Fachdialogteilnehmenden nachhaltig effizienter gestalten ließe.

The logo for the fictional app 'Uberich' is displayed on a solid black background. The word 'UBERich' is written in white, with 'UBER' in a bold, uppercase, sans-serif font and 'ich' in a lowercase, italicized, sans-serif font.

Dein persönlicher Gigwork-Coach
zur maximalen Ressourcennutzung

8. Podiumsdiskussion

- *Benedikt Franke, Geschäftsführer, Helpling GmbH*
- *Clemens Melzer, Pressesekretär, Freie Arbeiterinnen- und Arbeiter-Union Berlin*
- *Dr. Nadine Müller, Referentin, ver.di, Bereich Innovation und Gute Arbeit*
- *Vincent Pfeifer, Pressesprecher, Foodora GmbH*

Ute Kathmann begrüßt als Moderatorin die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Podiumsdiskussion und stellt eingangs die Frage, ob das von Dr. Florian Schmidt skizzierte Zukunftsszenario eher als realistisch oder abwegig einzuschätzen sei.

Dr. Nadine Müller, Referentin bei ver.di im Bereich Innovation und Gute Arbeit, stellt fest, dass derzeit wenige Zahlen dazu vorliegen, wie viele Personen tatsächlich in dem Bereich plattformvermittelte Dienstleistungen arbeiten. Aus den Zahlen zur Registrierung ließen sich nur Tendenzen ableiten. Sie schätzt, dass eine hauptberufliche Beschäftigung in diesem Bereich sehr selten sein dürfte. Müller äußert außerdem die Sorge, dass nicht klar sei, welche Auswirkungen eine Krise des Arbeitsmarktes auf die Gigworker haben werde.

Müller berichtet, dass Plattformarbeit seit 2011/2012 für ver.di ein Thema sei, hervorgerufen durch die Auslagerung von Arbeit und den Stellenabbau bei IBM (internes Crowdsourcing). Dies wurde in die Öffentlichkeit getragen und im Jahr 2012 ein Arbeitspapier Cloudworking/Crowdsourcing³ veröffentlicht.

Wenn Beiträge zur Sozial- und Rentenversicherung von den Plattformen nicht gezahlt würden, verschaffen sich die Unternehmen dadurch einen Wettbewerbsvorteil und bringen das Sozialsystem als Ganzes in Gefahr, so Müller. Sie fordert die Unternehmen auf, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Ver.di habe bereits einen „code of conduct“ veröffentlicht, dessen verbindliche Umsetzung ein wichtiges Ziel der Gewerkschaft sei.

Die Gewerkschaft ver.di setzt sich dafür ein, alle Erwerbstätigen in die Sozialversicherung zu integrieren – also auch die Solo-Selbstständigen –, darüber müsse man auch mit den Plattformbetreibern in den Dialog treten. Hier gebe es einen großen Bedarf an Beratung. Zu diesem Ziel wurde die Internetseite www.selbststaendigen.info eingerichtet, die Informationen speziell für Crowdworker bereitstellt. Ein Ziel seien bessere Arbeitsbedingungen für Gigworker und Crowdworker. Auch die Erweiterung der Mitbestimmung sei wichtig; ver.di unterstütze bei der Gründung von Betriebsräten.

Clemens Melzer, ehemaliger Pressesekretär der FAU Berlin und Mitinitiator der Deliverunion, greift Schmidts Beitrag auf und thematisiert die kulturelle Dimension von Gigworking. Prekäre Arbeitsformen würden teilweise als Innovation bezeichnet und breiteten sich durch Digitalisierung immer mehr aus. Er bezweifelt, dass die Mehrzahl der Beschäftigten der Idee des „unternehmerischen Selbst“ positiv gegenübersteht. Das wichtigste Thema für viele Akteurinnen und Akteure der Gig Economy seien die Sozialversicherungsbeiträge und die Frage, wie diese aus den geringen Stundenlöhnen beglichen werden sollen.

Die Gewerkschaften müssten besonders in Hinblick auf Gigwork neue Strategien zur digitalen Mitbestimmung entwickeln, wünscht sich Melzer. Dazu gehörten auch die weitere Globalisierung der Gewerkschaften und der Betriebsräte. Auch die Gesetzgebung müsse hier eingreifen, um z. B. ein Streikrecht in der Gig Economy zu etablieren. Erst dann können Innovationen entstehen, die sich gesamtgesellschaftlich positiv auswirkten.

Die Produktivität der Arbeitskraft nehme, anders als durch die Plattformen suggeriert, durch Gigwork

³ Link: <https://innovation-gute-arbeit.verdi.de/themen/crowdwork>.

nicht zu, erklärt Melzer. Er sieht die Marktintegration von nicht kommerzialisierten Bereichen kritisch, wie z. B. die Beherbergung von Gästen als zahlungspflichtige Dienstleistung anstatt als gastfreundliche, kostenfreie Geste.

Melzer weist auf das Beratungsangebot der FAU hin, das sich auch an Migrantinnen und Migranten richtet und ebenfalls auf Englisch erfolgen könne. Die basisdemokratisch organisierte Gewerkschaft sei europaweit aktiv und diskutiere das Thema Gig Economy und gewerkschaftliche Organisation öffentlich. Sie stehe in Verhandlungen mit Foodora; die zentralen Forderungen der in der FAU organisierten Fahrerinnen und Fahrer seien eine Erhöhung des Stundensatzes, die Festlegung von Mindeststunden, die Kostenübernahme für Arbeitsmittel sowie Entfristungen und Mitbestimmung.

Vincent Pfeifer, Pressesprecher der Foodora GmbH, bezeichnet das von Schmidt skizzierte Zukunftsszenario gänzlich auf Wirtschaftlichkeit optimierter Individuen als nicht erstrebenswert. In Hinblick auf die Beschäftigungssituation betont er weiterhin, dass bei Foodora alle Fahrerinnen und Fahrer sozial- und rentenversicherungspflichtig beschäftigt seien. Darüber hinaus beteilige sich das Unternehmen an der Instandsetzung von Betriebsmitteln wie Fahrrädern.

Pfeifer berichtet, dass Foodora mit 2.200 Angestellten in Deutschland Minimumstunden im Vertrag festgeschrieben habe. Es gebe je nach Jobmodell auch eine maximale Stundenanzahl. Zudem würden Befristungen in unbefristete Beschäftigungsverhältnisse überführt, in einigen Fällen sei allerdings Flexibilität erforderlich, so z. B. bei Studierendenjobs. Auf Nachfrage präzisiert er, dass etwa 85 Prozent der Beschäftigten bei Foodora festangestellt seien. Zudem gebe es 350 bis 400 Minijobberinnen und Minijobber sowie ca. 80 bis 100 Werkstudierende.

Benedikt Franke, Geschäftsführer der Plattform Helpling, macht deutlich, dass sich in Deutschland Dienstleistungen im Reinigungsbereich zu 85 Prozent im Schwarzmarktbereich bewegen – mit sehr niedrigen Einkommen und keiner sozialen Absicherung. Dieses Problem sei ein wichtiges Thema für die Politik, so Franke. Haushaltsnahe Dienstleistungen sollten bei der Steuer in größerem Umfang anrechenbar sein, wie es beispielsweise in Frankreich der Fall sei. Helpling trage dazu bei, die Reinigungsdienstleistungen aus dem Schwarzmarkt zu holen. Aktuell teste die Plattform ein neues System, das den Reinigungskräften erlaube, die Preise für ihre Dienstleistungen selbst festzulegen. Bisher wurde der Preis für die Dienstleistung je nach Stadt von Helpling festgelegt und lag in Berlin bei 13,90 Euro pro Stunde.

Moderatorin Ute Kathmann äußert Bedenken, diese neue Praxis könne möglicherweise zu einem Preiskampf nach unten führen. Reinigungskräfte könnten sich gegenseitig unterbieten, weil sie auf die Jobs angewiesen seien. Benedikt Franke entgegnet, das neue Verfahren sei in zwei deutschen Städten getestet worden und die Testphase habe gezeigt, dass bestimmte Stundensätze von den Reinigungskräften nicht unterboten worden wären.

Dr. Nadine Müller spricht sich an dieser Stelle klar für branchenbezogene Mindestlöhne aus und Clemens Melzer ergänzt, dass neben einem Mindestlohn auch Mindeststunden als Sicherheit garantiert werden sollten, damit Verlässlichkeit und Planbarkeit gewährleistet seien. Benedikt Franke erläutert, dass Helpling hinsichtlich des Stundensatzes klare Empfehlungen an die Reinigungskräfte weitergebe, die Plattform dürfe aber keine Untergrenzen festlegen. Garantierte Mindestzeiten seien momentan nicht realisierbar.

Eine Teilnehmerin des Fachdialogs stellt anschließend die Frage nach den Bildungsabschlüssen, der Stundenanzahl und dem Alter der Gigworker, die für Helpling und Foodora tätig sind.

Benedikt Franke erläutert, dass die Dienstleistenden bei Helpling zu 50 Prozent über ein Abitur und zu 30 Prozent sogar über einen Hochschulabschluss verfügten. Der Großteil der Solo-Selbstständigen bei Helpling sei zwischen 25 und 35 Jahre alt und arbeite wöchentlich zwischen 15 und 25 Stunden. Die Dienstleistenden seien überwiegend im Nebenjob tätig und verfügten anderweitig über eine Krankenversicherung. Wer hauptberuflich in diesem Bereich arbeiten wolle, würde sich eher eine

sozialversicherungspflichtige Beschäftigung suchen, als über eine Vermittlungsplattform zu arbeiten, schätzt Franke.

Vincent Pfeifer merkt an, dass es sich bei den Beschäftigten bei Foodora oft um Menschen handele, die sich noch in der Ausbildung befinden, eher jung seien und kurzfristige Beschäftigungen suchten. Aber auch langfristige Beschäftigung sei möglich und gewünscht. Viele Fahrerinnen und Fahrer seien darüber hinaus neu in Berlin oder Deutschland. Pfeifer berichtet von der Initiative „Job for refugees“, die Neu-Berlinerinnen und Neu-Berlinern den Arbeitsmarkteinstieg erleichtern solle. Der Pressesprecher betont, dass Foodora, wie gesetzlich vorgesehen, Arbeitszeugnisse erstelle, regelmäßig Personalgespräche führe usw.

Zwei weitere Fragen aus dem Publikum richteten sich ebenfalls an die beiden Plattformvertreter: Welche traditionelle Dienstleistung wird durch Foodora und Helpling ersetzt und welche konkreten Wünsche haben Pfeifer und Franke an den Gesetzgeber?

Vincent Pfeifer erklärt, dass Foodora über eine eigene Lieferflotte per Fahrrad verfüge und für Großlieferungen auch Fahrerinnen und Fahrer bereitstehen, die das Essen mit dem Auto liefern. Das Unternehmen sei ein Marktplatz für besondere Speisen, das den Restaurants die Essenslieferung abnehme. Dabei ist Foodora an ca. 30 Prozent des Umsatzes beteiligt, stellt für die Restaurants nachhaltige Verpackungen bereit, und für die Fahrerinnen und Fahrer die Kleidung.

Benedikt Franke fordert abschließend eine „progressive Sozialbesteuerung“ sowie die Abschaffung von Minijobs. Eine Ausweitung des Steuervorteils für die Konsumentinnen und Konsumenten [also für die Auftraggeberinnen und Auftraggeber, Anm. d. Red.] würde den Schwarzmarkt eindämmen, wie z. B. in Frankreich erfolgreich umgesetzt.

Ute Kathmann beendet damit die Podiumsdiskussion, bedankt sich herzlich bei den vier Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie bei dem interessierten Publikum, und übergibt das Wort an Elke Ahlhoff.

9. Ausblick

Elke Ahlhoff, Geschäftsführerin ArbeitGestalten GmbH

Elke Ahlhoff erklärt, dass aus ihrer Sicht die im Rahmen des Fachdialogs diskutierten Aspekte von Gigwork zeigen, welch großer Gestaltungsbedarf hinsichtlich dieser neuen Form der Arbeit bestehe. Digital vermittelte Dienstleistungen wie Reinigung und Betreuung bewegen sich im Spannungsfeld der Schwarzarbeit, hier müssen Menschen zu legaler Beschäftigung ermutigt werden. Die Schaffung von mehr sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen könne dazu einen Anreiz bieten.

Die betriebliche Mitbestimmung und Mitgestaltung sollte auch für andere Erwerbsformen ermöglicht werden, so Ahlhoff. Es sei begrüßenswert, dass die Gewerkschaften aktiv ein Angebot für Solo-Selbstständige bereitstellen.

Abschließend verweist Ahlhoff auf die Weiterführung des Projekts *Joboption Berlin* in den kommenden zwei Jahren. Einer der Schwerpunkte werde dabei die Solo-Selbstständigkeit sein.

Elke Ahlhoff dankt allen Gästen für ihre Teilnahme am Fachdialog und wünscht allen einen angenehmen Nachmittag.

10. Veröffentlichungen von Joboption Berlin

„Gemeinschaftsverpflegung in Berlin“, Report (2017)

„Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin“, Expertise (2017)

„Warum Minijob? Mach mehr draus! – Information für Betriebsräte zu Handlungsmöglichkeiten beim Einsatz von Minijobbeschäftigten“, Broschüre für Betriebsräte (2016)

„Branchenreport Gebäudereinigung – Arbeitszeiten und Arbeitsverhältnisse“, Broschüre (2016)

„Faire Arbeit in der Crowd – Gestaltungsfelder guter Arbeitsbedingungen“, Expertise (2016)

„Information für Betriebsräte zu Handlungsmöglichkeiten beim Einsatz von Minijobbeschäftigten“, Broschüre für Betriebsräte (2015)

„Mindestlohn gilt auch für Minijobs“, Schriftenreihe Nr. 1/2014

„Arbeitsrecht gilt für alle – auch für Minijobbeschäftigte“, Schriftenreihe Nr. 2/2014

„Geringfügig Beschäftigte – unbeachtete Potenziale für den zukünftigen Fachkräftebedarf“, Schriftenreihe Nr. 3/2014

„Minijob gleich Frauensache?“, Schriftenreihe Nr. 4/2014

„Arbeitsrecht im Minijob“ (in den Sprachen: Deutsch, Arabisch, Englisch, Französisch, Polnisch, Serbisch und Spanisch), Fact-Sheet (2014)

„Mindestlohn und Minijob“, Fact-Sheet (2014)

FAQ zum Minijob, Informationsblatt für Unternehmen (2014)

Drei Veranstaltungsformate für Schulungen / Workshops zur Information zu geringfügiger Beschäftigung für Jobcenter / Agentur für Arbeit (Mitarbeiter/innen, Arbeitgeberservice, Kund/innen), 2014

„Joboption – Gleichstellen: auch eine Option für Minijobberinnen“, Abschlussbericht des Modellprojektes (2014)

„Meinungen und Einschätzungen zur arbeitsrechtlichen Situation und zu den beruflichen Perspektiven von Minijobberinnen und Minijobbern“, Minijob Umfrage Berlin (2013)

Kampagnenmaterialien

„Warum Minijob? Mach mehr draus“, Flyer (2017)

„Warum Minijob? Mach mehr draus!“, A3 Plakate und City Cards im Rahmen der Kampagne (2014)

Die Materialien finden Sie auf der Homepage: <http://www.minijob-machmehrdras.de/> bzw. Sie können diese auch über die ArbeitGestalten GmbH, E-Mail: info@arbeitgestaltengmbh.de anfordern.

Transportable Wanderausstellung

„Warum Minijob? Mach mehr draus!“, 12 Roll-Ups (2014) in 2-facher Ausfertigung zu folgenden Themen:

1. *Der Minijob – Eine Erfolgsgeschichte?*
2. *Minijob – Berufliche Perspektive?*
3. *Minijob – Gleiches Recht für Alle?*
4. *Minijob – Urlaub, Krankheit, Kündigung?*
5. *Wir machen mehr draus!*
6. *Vorteile für beide Seiten!*
7. *Berlin bezieht Stellung!*
8. *Minijobs – Billige Arbeitskräfte?*
9. *Minijobs – Unsichtbare Kosten?*
10. *Minijobs – Ist Umwandlung sinnvoll?*
11. *Minijobs – Brücke in den Arbeitsmarkt?*
12. *Faire Jobs und Gute Arbeit!*

Die Ausstellung kann bundesweit kostenlos ausgeliehen werden. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter: <https://www.minijob-machmehrdraus.de/ausstellung/>.



Projekträger:

ArbeitGestalten

Beratungsgesellschaft mbH, Ahlhoff
Albrechtstr. 11a
10117 Berlin
Tel.: 0 30/28 03 20 86
E-Mail: info@arbeitgestaltengmbh.de
www.arbeitgestaltengmbh.de

Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit
und Soziales



Das Modellprojekt *Joboption Berlin* wird aus Mitteln der
Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert.