

Der Job als Gig

Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin

Expertise

Vorwort	3
1. Einführung	4
1.1 Kontext & Ziele	4
1.2 Vorgehensweise	4
2. Begrifflichkeit	6
3. Merkmale und Verbreitung von Gigwork	9
3.1 Gigwork als Teil der Plattformökonomie	9
3.2 Verbreitung	10
4. Gigwork in der Gründerhauptstadt Berlin	13
4.1 Betreuungsdienste	13
4.2 Reinigungsdienste	14
4.3 Lieferdienste	14
4.4 Handwerksdienste	15
4.5 Andere Dienstleistungsplattformen	16
5. Einschätzungen aus den Interviews	18
5.1 Sichtweise der Plattformvertreterinnen und -vertreter vor Ort	18
5.2 Sichtweise von Berliner Gigworkern, Interessenvertretungen und Gewerkschaften	24
5.3 Sichtweise der Geschäftskundschaft	26
5.4 Erkenntnisse aus den Interviews	28
6. Ergebnisse der Workshops	29
6.1 Chancen, Potenziale und Herausforderungen von Gigwork	29
6.1.1 Perspektive der Gigworker	29
6.1.2 Perspektive der Plattformen	30
6.1.3 Perspektive der privaten Auftraggeberinnen und Auftraggeber sowie der Geschäftskundschaft	31
6.2 Gestaltungsbedarfe	32
6.2.1 Arbeitsrechtlicher Status der Gigworker	32
6.2.2 Interessenvertretung für Gigworker	34
6.2.3 Faire Entlohnung für Gigworker	35
6.2.4 Qualifikationen und Bewertungen	36
6.2.5 Aufklärung der Auftraggeberinnen und Auftraggeber	36
7. Schlussbetrachtungen	40
8. Literatur	42

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Digitalisierung verändert unsere Arbeitswelt rasant. Es werden nicht nur immer mehr traditionelle Arbeitsprozesse digitalisiert; inzwischen basieren bereits ganze Geschäftsmodelle auf Algorithmen und Apps. Deshalb ist es wichtig, den Dialog „Arbeit 4.0 – made in Berlin“ fortzuführen. Dabei geht es um die verantwortliche Gestaltung einer zunehmend automatisierten und digitalisierten Arbeitswelt.

Bereits im vergangenen Jahr wurde im Projekt *Joboption Berlin* die Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“ erarbeitet. Während beim Crowdfunding eine zumeist unbekannte Gruppe von Menschen ortsunabhängig überall auf der Welt um Aufträge eines anonymen Auftraggebers konkurriert, gestaltet sich die Arbeit beim sogenannten Gigworking in vielerlei Hinsicht anders.

Gigworker erhalten Aufträge via App und erledigen diese meist als Solo-Selbstständige in privaten Haushalten oder als Fahrerinnen und Fahrer auf den Straßen der Hauptstadt. Sie betreuen Kinder und ältere Menschen, reinigen und renovieren Wohnungen und Häuser oder liefern Essen und Pakete an Privathaushalte. Sie sind Dienstleisterinnen und Dienstleister, die ihre Aufträge über eine Plattform vermittelt bekommen. Nicht selten arbeiten sie in prekär-atypischen Verhältnissen. Diese Art der digital vermittelten und vor Ort erbrachten Dienstleistungen stellt einen Trend dar, der das Stadtbild zunehmend prägt.

Berlin dient vielen Start-ups und Unternehmen dabei als Testmarkt. Hier wird erprobt, ob eine Geschäftsidee Erfolg hat und auf andere Städte ausgeweitet werden kann. Diesen Umstand sollten wir als Chance begreifen, um die neu entstehenden Erwerbsformen von ihren Anfängen an mitzugestalten und dem Etablieren prekär-atypischer Beschäftigungsverhältnisse entgegenzutreten. Denn die Gigworker verdienen zum einen oft nur geringfügig mehr als den gesetzlichen Mindestlohn – vor allem für die formal Solo-Selbstständigen ist dies kaum existenzsichernd. Zum anderen arbeiten sie auf Abruf, trotz der von den Plattformen zugesagten Flexibilität.

Zahlreiche Berliner Expertinnen und Experten haben sich in Interviews und Workshops rege am Austausch um das Thema Gigwork beteiligt. Sie haben die Bedingungen der Erwerbsarbeit und Möglichkeiten zur Verankerung von Kriterien Guter Arbeit diskutiert und so wesentlich zu dieser Veröffentlichung beigetragen. Für die intensive Beteiligung bedanke ich mich sehr!

Die vorliegende Expertise beschreibt Gestaltungsfelder der sich wandelnden Arbeitswelt rund um die Gig Economy. Deren Arbeitsbedingungen sollen auch in Zukunft weiter diskutiert werden.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und freue mich auf den weiteren Austausch.



Elke Breitenbach



© Senatsverwaltung für
Integration, Arbeit und Soziales

1. Einführung

1.1 Kontext & Ziele

Mit der Dialogreihe „Arbeit 4.0 – made in Berlin“ wurde Ende 2015 der Grundstein gelegt für eine Debatte über die Veränderung der Arbeitswelt durch die Digitalisierung in der Hauptstadt, die in diesem Jahr von der Senatorin für Integration, Arbeit und Soziales, Elke Breitenbach fortgeführt wird. Nach der im Juni 2016 veröffentlichten Expertise „Faire Arbeit in der Crowd“, die Gestaltungsfelder guter Arbeitsbedingungen bei der Arbeitsform Crowdwork aufzeigt, liegt der Schwerpunkt nun auf der ortsabhängigen, via Plattformvermittelten Dienstleistung, im Folgenden als Gigwork bezeichnet. Während Crowdwork also plattformvermittelte Dienstleistungen meint, die in der Regel von überall auf der Welt mittels Smartphone oder PC durchgeführt werden können, fokussiert Gigwork auf plattformvermittelte Dienstleistungen, die vor Ort – in der Gründerhauptstadt Berlin – erbracht werden.

Berlin nimmt bei der fortschreitenden Digitalisierung der Arbeitswelt in Deutschland in mehrfacher Hinsicht eine Vorreiterrolle ein – als attraktiver Unternehmensstandort ebenso wie als urbanes Versuchslabor für neue Beschäftigungsformen. Für den Dienstleistungssektor ist beides ganz besonders der Fall. Zum einen gelingt es der Stadt, ihren internationalen Ruf als Gründermetropole weiter auszubauen, und eine Magnetwirkung auf Start-up-Unternehmen, Softwareentwicklerinnen und -entwickler und Risikokapitalgebende auszuüben. Zum anderen prägen inzwischen über mobile Apps koordinierte Fahrradkurierinnen und Fahrradkurier mit ihren würfelförmigen Rucksäcken das Bild der Innenstadt und auch die digital vermittelten Putzdienste drängen mittels massiver Werbekampagnen zunehmend in das Bewusstsein der Berlinerinnen und Berliner. Zu den erfolgreichsten Start-ups, so scheint es, zählen auch jene, die prekären Beschäftigungsverhältnissen Vorschub leisten. Eine große Herausforderung für die Politik.

Die Hauptstadt steht vor der wichtigen und schwierigen Aufgabe, ihre Attraktivität als Technologie- und Innovationsstandort zu erhöhen, ohne zum Labor für die Auflösung des Normalarbeitsverhältnisses zu werden. Der

Wunsch nach einer größeren Flexibilisierung der Arbeitszeit ist sowohl bei Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern als auch bei Beschäftigten in Berlin ausgeprägt. Darüber hinaus schätzen auch die Konsumenten die reibungslose, flexible und kostengünstige Inanspruchnahme von ortsbezogenen Dienstleistungen per mobiler App. Was in den USA mit Fahrdiensten wie denen von Uber seinen Anfang genommen hat, und nun unter anderem in Form von Lieferdiensten auch in Deutschland sichtbar wird, dringt inzwischen mit haushaltsnahen Dienstleistungen wie Reinigungs- und Betreuungsdiensten auch immer weiter in den privaten Bereich vor. Trotz zahlreicher Risikokapital-finanzierter Unternehmensgründungen in diesem Sektor ist bislang noch unklar, ob dieses neue Geschäftsmodell in Deutschland nachhaltig zum Erfolg führen kann.

Ziel der Expertise ist es, Gigwork als neu entstandene Erwerbsform differenziert zu betrachten und die Arbeitsbeziehungen zwischen Gigworker, Plattform und Auftrag gebende Kundschaft zu beleuchten. Dabei werden zudem die Risiken von Gigwork als atypische und prekäre Form der Arbeit aufgezeigt und Handlungsfelder zur Gestaltung fairer Arbeitsbeziehungen in der Gigwork beteiligungsorientiert herausgearbeitet. Es gilt, Rahmenbedingungen zu schaffen, die sowohl den Unternehmen mit ihren festen, hochqualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Entwicklungsabteilungen, als auch den durch sie vermittelten Gigworkern zugutekommen, ohne die sozialen Sicherungssysteme zu untergraben.

1.2 Vorgehensweise

Der Begriff Gig Economy hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt und meint mitunter unterschiedliche Phänomene. Daher ist es wichtig, in Kapitel 2 zunächst die Begrifflichkeiten zu klären, die im weiteren Verlauf verwendet werden. Darauf folgt in Kapitel 3 ein Überblick über die Ursprünge von Gigwork sowie über die Merkmale und die Verbreitung dieser Erwerbsform in Deutschland, den USA und Großbritannien. Hierzu wurden aktuelle internationale Studien zum Thema ausgewertet.

Kapitel 4 bietet einen Überblick über die Plattformen der Gig Economy, die in Berlin aktiv sind. Berücksichtigt wurden nur Plattformen, über die Kundinnen und Kunden in Berlin Dienstleistungen buchen können und die der in Kapitel 2 zugrunde gelegten Definition der Gigwork entsprechen. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit, vielmehr soll das Spektrum an Dienstleistungen dargestellt werden, die über Plattformen vermittelt und vor Ort erbracht werden.

In Kapitel 5 kommen ausgewählte Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner zu Wort, die bisher mit der neuen Erwerbsform Gigwork in Berührung gekommen sind. Darunter sind Vertreterinnen und Vertreter von Plattformen und Gewerkschaften, sowie Geschäftskundinnen und ein Gigworker. Sie berichten von ihren Erfahrungen und Einschätzungen zur Zukunft der Gig Economy.

Darauf folgt in Kapitel 6 die Auswertung der beiden Workshops, die im Juni und Juli unter Beteiligung von sechzehn Vertreterinnen und Vertretern der Wissenschaft, von Plattformen, von Gewerkschaften und der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales durchgeführt wurden. Die Chancen und Potenziale, aber auch die Herausforderungen von Gigwork werden für alle Beteiligten dargestellt. Anschließend werden Handlungsfelder zur Gestaltung fairer Arbeitsbeziehungen formuliert, die in den Workshops erarbeitet wurden.



Impressionen aus den Workshops

2. Begrifflichkeit

- 1 Als Intermediäre werden die Plattformen bezeichnet, die zwischen Auftragnehmerin bzw. Auftragnehmer und Auftraggeberin bzw. Auftraggeber vermitteln.
- 2 Vgl. Schmidt, Florian A. (2016): *Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie*, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.).
- 3 Vgl. Europäische Kommission (2016): *Europäische Agenda für die kollaborative Wirtschaft*, S. 2f.: Die EU zählt zur kollaborativen Wirtschaft fünf Schlüsselbranchen: Unterkunft, Personenbeförderung, Dienstleistungen für private Haushalte, freiberufliche und technische Dienstleistungen sowie Schwarmfinanzierung.

Die Digitalisierung wirkt sich auf alle Lebensbereiche aus und führt so auch zu einer tiefgreifenden Umgestaltung von Arbeitsprozessen und Arbeitsmärkten. Neben dem derzeit kontrovers geführten Diskurs um die aktuelle Welle der Automatisierung der Arbeit gibt es eine nicht minder wichtige Debatte um die potenzielle Auflösung des Normalarbeitsverhältnisses – befördert durch die digitale, plattformbasierte Vermittlung von immer kleineren und flexibleren Einheiten von Arbeit. An den Rändern des Arbeitsmarktes werden Jobs nicht mehr nur zu Midi- und Minijobs, sondern zu Gigs, Tasks und Microtasks, noch kleineren Einheiten also, die zudem von Solo-Selbstständigen erledigt werden. Damit unmittelbar verbunden ist die Frage nach dem arbeitsrechtlichen Schutz der auf diese Weise temporär Erwerbstätigen, deren sozialer Absicherung und der künftigen Finanzierung der sozialen Sicherungssysteme. Atypische Beschäftigungs- und Erwerbsformen gab es auch schon, bevor Plattformen Arbeit vermittelt haben, aber das rasche Wachstum der digitalen Intermediäre¹ setzt zu weiten Teilen auf Solo-Selbstständige und Gelegenheitsjobber und droht zu einem Anstieg atypischer Erwerbsformen zu führen.

Die flächendeckende Verbreitung digitaler Technologien wie Smartphones und Online-Plattformen hat zu einer erheblichen Senkung der Transaktionskosten in vielen Bereichen geführt, so dass sich nun auch der Austausch kleinster Einheiten von Dienstleistungen und Gütern zwischen Privatpersonen und Unternehmen mit Gewinn koordinieren lässt. Zudem schaffen die Plattformen als Intermediäre genug Vertrauen, um auch Geschäftsbeziehungen zwischen völlig Fremden über das Internet attraktiv und sicher zu machen. Dies gilt für die Vermietung von Gütern (wie in der sogenannten „Sharing Economy“ bzw. „Collaborative Economy“) ebenso wie für die Vermittlung von Dienstleistungen – ortsunabhängig im Internet (Cloudwork und Crowdwork) sowie ortsgebunden (Gigwork). Auf diese Weise werden vormals private Bereiche des Lebens marktwirtschaftlich erschlossen und die Grenzen zwischen Privatpersonen und kommerziellen Anbietern verwischen. Gleiches gilt für die Grenzen zwischen Beschäftigten und Selbstständigen, sowie zwischen Arbeitgeberinnen und Kon-

sumierenden. Potenziell wechseln diese Rollen in rascher Folge oder gehen fließend ineinander über, was zu großen Herausforderungen bezüglich angemessener Besteuerung, Versicherung und Sozialabgaben führt.

Der notwendige Diskurs über die Plattformökonomie und alle damit in Verbindung stehenden Begrifflichkeiten leidet bisher noch daran, dass eine ganze Reihe miteinander verknüpfter sich überlappender Entwicklungen unter sehr unterschiedlichen und widersprüchlichen Oberbegriffen diskutiert werden, welche entweder nur auf Teilaspekte des Themenkomplexes zutreffen oder zu weit gefasst sind.

Plattformökonomie

Der Begriff der **Plattformökonomie** als vielleicht sachlichste, übergeordnete Umschreibung lenkt die Aufmerksamkeit auf das Geschäftsmodell der Intermediäre, reicht aber weit über den Bereich der Vermittlung von Arbeitsleistungen hinaus und umfasst beispielsweise auch Suchmaschinen und Vergleichsportale, soziale Netzwerke und App-Stores. Der Begriff ist sehr weit gefasst und muss im Einzelfall konkretisiert werden.²

Sharing Economy, Collaborative Economy, On-Demand-Economy

Der Begriff der **Sharing Economy** erweckt den Eindruck eines gemeinnützigen Teilens von privaten Gütern, meint jedoch meistens die kommerzielle Vermietung im Stile von Airbnb. Der Begriff der **Collaborative Economy** wird häufig synonym dazu verwendet (z.B. von der Europäischen Kommission, die auch die Arbeitsplattformen darunter subsumiert),³ ist aber für sich genommen irreführend, da hier nicht mehr Kollaboration stattfindet als in anderen Teilen der Wirtschaft. Die **On-Demand-Economy** betont die flexible Verfügbarkeit von Gütern und Arbeitskräften sowie den Vorrang von Zugang vor Besitz. Da Sharing Economy, Collaborative Economy und On-Demand-Economy kommerzielle und gemeinnützige Angebote ebenso miteinander vermischen wie Güter und Dienstleistungen, sind diese Begriffe als analytische Kategorien, sowie als Basis für politische Diskussionen und rechtliche Maßnahmen eher hinderlich.

Cloudwork, Crowdwork, Clickwork

Bei **Cloudwork** handelt es sich um das Outsourcing von rein digitalen Dienstleistungen, die ortsunabhängig, also von irgendwo auf der Welt am PC erledigt werden können. Auf Plattformen wie Upwork.com und Freelancer.com werden solche Aufgaben an einzeln ausgewählte Solo-Selbstständige vergeben, und nach Zeitaufwand oder pro erledigte Dienstleistung bezahlt. Eine wichtige Unterkategorie ist **Crowdwork**, bei der die Arbeit nicht an handverlesene Individuen, sondern an eine unbestimmte Gruppe von Internetnutzerinnen und -nutzern vergeben wird. Dies geschieht wiederum entweder in Form von **Microtasking** bzw. **Clickwork**, wo Kleinstaufgaben mit Kleinstbeträgen bezahlt werden, oder in Form von Kreativwettbewerben, wie im Designbereich üblich, bei denen nur die Gewinnerinnen und Gewinner bezahlt werden, während der Rest der Crowd leer ausgeht. Bei Cloudwork, Crowdwork und Clickwork können alle drei Parteien überall auf der Welt tätig sein, was eine Erfassung dieser Plattformen und die Regulierung des Marktes deutlich erschwert.

Gig Economy

Der Begriff der **Gig Economy** setzt sich seit etwa 2014 als Bezeichnung für plattformvermittelte Arbeit immer stärker durch und betont dabei die Kurzfristigkeit des Arbeitsverhältnisses aus Sicht der sogenannten **Gigworker**. Ein „Gig“ bezeichnet ursprünglich einen Bühnenauftritt bzw. ein musikalisches Gelegenheitsgeschäft, also eine vor Ort erbrachte kurze Dienstleistung. In der öffentlichen Berichterstattung und in der politischen Debatte in den USA und in Großbritannien wird unter der Gig Economy vor allem die **ortsabhängige, plattformbasierte, kommerzielle Vermittlung von Dienstleistungen** verstanden. Darunter fallen Essenslieferdienste genauso wie Betreuungs- und Reinigungsdienstleistungen oder Dienstleistungen zur Personenbeförderung. Diese Definition liegt auch der vorliegenden Expertise zugrunde.

Gigwork ist typischerweise personenbezogen, und die Durchführung der Arbeit kann über mobile Apps räumlich koordiniert und nachvollzogen werden. Zwar steht es den Gigworkern meist frei, angebotene Jobs abzulehnen, aber sobald sie zusagen, stehen



Impressionen aus den Workshops

sie – anders als Crowdworker – persönlich in der Pflicht, pünktlich vor Ort zu erscheinen und die Arbeit in gewünschter Weise durchzuführen.

Gigwork-Plattformen erhalten viel größere Summen Risikokapital als Cloud- und Crowdwork-Plattformen, weil es um größere Märkte mit einer höheren kontinuierlichen Nachfrage durch Konsumentinnen und Konsumenten alltäglicher Dienstleistungen geht. Transport-, Reinigungs- und Betreuungsdienste werden von mehr Menschen und regelmäßiger benötigt als typische Crowdwork wie Datenverarbeitung und Logodesign.

Die Auswirkungen von Gigwork auf einzelne Städte sind sichtbarer und schwerwiegender als bei Crowdwork, weil stärker in etablierte physische Strukturen (wie das Verkehrsnetz) und in bestehende, tariflich geregelte Dienstleistungsbranchen eingegriffen wird. Zugleich erfolgt auch die Regulierung häufig auf der Ebene einzelner Städte und ist leichter als bei Crowdwork, weil bei Gigwork beide Nutzergruppen der Plattform – Angebot und Nachfrage – vor Ort sind und unter die dortige Gesetzgebung fallen, selbst wenn die Plattformen ihren Sitz im Ausland haben.

Die Verwendung der Bezeichnung Gig Economy ist bisher uneinheitlich. Manche Studien verwenden den Begriff zur Beschreibung aller

4 Vgl. McKinsey Global Institute (2016): *Independent Work: Choice and Necessity in the Gig Economy*.

5 Vgl. das iLabour Project der University of Oxford, insbesondere deren Online Labour Index (OLI), der wie folgt beschrieben wird: „the first economic indicator that provides an online gig economy equivalent of conventional labour market statistics“ (online).

6 Vgl. Hill, Steven (2017): *Die Start-up Illusion*, S. 169-176.

prekären Formen von Solo-Selbstständigkeit auch außerhalb der Plattformökonomie.⁴ In der englischsprachigen Forschung scheint sich die Verwendung von „Gig Economy“ als Überbegriff für alle plattformbasierten Dienstleistungen durchzusetzen – auch solchen, die ortsunabhängig am Computer erledigt werden können –, mit der „online Gig Economy“ als Unterkategorie, die auch Crowdwork mit einschließt.⁵

Das Ringen um einheitliche Begriffe und Definitionen hat jedoch weitreichende Folgen für die allseits geforderten Zahlen zur Größe des Phänomens. Der Umstand, dass es derzeit noch keine belastbaren Zahlen gibt, ist auch der Tatsache geschuldet, dass es zwar einen gemeinsamen Kern des Forschungsobjekts gibt, aber jede Institution die Außengrenzen des Phänomens bisher anders zu definieren scheint und folglich zu ganz unterschiedlichen Bewertungen kommt.⁶ Zum jetzigen Zeitpunkt lassen sich nur zwei Dinge mit Sicherheit sagen: In absoluten Zahlen ist die Gig Economy noch klein. Zugleich wächst sie jedoch schnell.

3. Merkmale und Verbreitung von Gigwork

3.1 Gigwork als Teil der Plattform-ökonomie

Die amerikanische Journalistin Tina Brown prägte die Bezeichnungen „Gig Economy“ und „Gigwork“ im Januar 2009, kurz nach Beginn der letzten Weltwirtschaftskrise. Brown zufolge sind Gigworker Menschen, die verschiedenen Nebentätigkeiten gleichzeitig nachgehen, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten – im Gegensatz zu professionellen Freiberuflerinnen und Freiberuflern, die fokussiert eine Karriere verfolgen und sich mit dieser auch identifizieren.⁷ Tatsächlich wird die letzte Krise auch von vielen anderen Expertinnen und Experten als ein Wendepunkt genannt, der die neuen atypischen Beschäftigungsformen stark befördert hat, ohne dass sich diese Entwicklung nach der inzwischen in den meisten Ländern erfolgten wirtschaftlichen Erholung umgekehrt hätte.⁸

Breitere Verwendung findet der Begriff „Gig Economy“ erst, seit er primär für die plattformbasierten Dienstleistungen im Stile von Uber, der amerikanischen Vermittlungsplattform zur Personenbeförderung, verwendet wird. In diesem inzwischen gängigen Sinne verstanden teilt Gigwork die folgenden Eigenschaften der sehr viel größeren Plattformökonomie:

Es handelt sich um Online-Marktplätze mit mindestens drei Parteien. Die Plattformbetreiber vermitteln als Intermediäre zwischen Angebot und Nachfrage bzw. zwischen Arbeitskräften und Auftraggebern. In beiden letztgenannten Gruppen vermischen sich Privatpersonen mit professionellen Anbieterinnen und Anbietern. Die Plattformbetreiber verfügen als einzige der drei Parteien über den vollen Zugriff auf die Daten und haben die Kontrolle über die Regeln auf der Plattform. Durch diese Software-Architektur entsteht eine Informations- und Machtasymmetrie zugunsten der Plattformbetreiber. Diese wirkt sich wiederum aus auf Fragen des Datenschutzes sowie auf einseitig im Interesse der Plattformbetreiber formulierten, ausufernden und häufig für Laien unverständlichen Nutzungsbedingungen. Angetrieben von Risikokapital sowie starken Netzwerkeffekten bei der Nutzung gibt es in der Plattformökonomie außerdem ausgeprägte Monopol- bzw. Duopol-tendenzen.⁹

Das Geschäftsmodell der Vermittlung ermöglicht es den Plattformbetreibern, das unternehmerische, rechtliche und soziale Risiko der vermittelten Dienstleistung ebenso wie die Kosten für Arbeitskraft und Produktionsmittel weitgehend den anderen beiden Parteien zuzuweisen. Dadurch können die Plattformen exponentiell wachsen, ohne dass die Betriebskosten proportional steigen. Anschaulichstes Beispiel hierfür ist, dass Uber inzwischen der weltweit größte Taxidienst ist, und nach eigenen Angaben bereits fünf Milliarden Fahrten absolviert hat,¹⁰ aber keine Fahrzeuge besitzt, sondern lediglich eine mobile App. Dies ist ein wesentlicher Aspekt, der Gigwork-Plattformen für Investoren so attraktiv macht – ein weiterer ist, dass eine Plattform wie Uber ihre Gigworker nicht als Angestellte führt, sondern als Selbstständige, und so eine besonders „disruptive“, also zerstörerische Kraft auf die Konkurrenz ausübt, deren Endpreise die Lohnnebenkosten beinhalten müssen.

Eine wichtige Frage bei der Einordnung von Gigwork-Plattformen ist daher, wo sie sich im Spektrum zwischen digitaler Stellenanzeige und Leiharbeitsfirma befinden. Das heißt, es ist von zentraler Bedeutung, wie sehr eine Plattform in die Ausführung und Abwicklung der vermittelten Aufträge eingreift. Je mehr Kontrolle die Plattform ausübt, desto drängender wird die Frage nach einer etwaigen Scheinselbstständigkeit der Arbeitskräfte. Plattformen, die nach dem Uber-Prinzip ihre Arbeitskräfte zwar in den Nutzungsbedingungen pauschal zu Selbstständigen erklären, aber die Preisgestaltung bestimmen oder gar das Tragen von Uniformen vorschreiben, laufen nicht nur in Deutschland Gefahr, dass ihr Geschäftsmodell als illegale Arbeitnehmerüberlassung eingestuft wird.¹¹ Auch wenn es bei Gigwork in Bezug auf den zwischenmenschlichen Kontakt ganz erhebliche Unterschiede zwischen Essenslieferanten und Betreuungsdiensten gibt, lässt sich im Vergleich zu Crowdwork feststellen, dass die Dienstleistung generell viel persönlicher ist und Servicequalitäten wie Freundlichkeit, Pünktlichkeit und eine gepflegte Erscheinung wichtig sind. Außerdem sind aufgrund des hohen Körper- und Materialeinsatzes in der physischen Welt auch die individuellen Risiken bei Gigwork höher und vielgestaltiger als bei Cloud- und Crowdwork.

- 7 Vgl. Brown, Tina (2009): *The Gig Economy – Now that everyone has a project-to-project freelance career, everyone is a hustler.*
- 8 Vgl. Hill, Steven (2017): *Die Start-up Illusion*: „Nahezu die Hälfte der neuen Jobs, die während der sogenannten Wirtschaftserholung entstanden sind, werden mit kaum mehr als dem Mindestlohn vergütet. Nach sechs Jahren Wirtschaftserholung gibt es rund zwei Millionen weniger Jobs im mittleren und höheren Einkommensbereich als vor der Rezession und 1,85 Millionen mehr Jobs in den Niedriglohnsegmenten.“ S. 33.
- 9 Man spricht von Netzwerkeffekten, wenn ein Dienst oder Angebot umso nützlicher wird, je mehr Menschen davon Gebrauch machen. Das ist beim Telefonnetz der Fall und gilt insbesondere für digitale Plattform-Monopole wie Facebook oder eBay.
- 10 Vgl. Mitteilung in Ubers „Newsroom“, Stand Mai 2017, Firmenblog vom 29.06.2017 (online).
- 11 So ist in den USA z.B. Homejoy, eine Plattform für haushaltsnahe Dienstleistungen 2015 aus diesen Gründen gescheitert. Vgl. Madden, Sam: „Why Homejoy Failed ... and the Future of the On-Demand-Economy“, *TechCrunch*, 31.07.2015 (online).

- 12** Vgl. Europäisches Parlament, Infografik zur kollaborativen Wirtschaft, 15.06.2017 (online).
- 13** Vgl. ebd.
- 14** Vgl. Eurobarometer poll, European Commission Collaborative Economy Factsheet (Ref. Ares(2016)2558830 - 02/06/2016).
- 15** Vgl. Präsentation von Gabriele Weinhold vom BMAS im Juli 2017 anlässlich einer Veranstaltung zur „Sharing Economy“ in der Niederländischen Botschaft.
- 16** Als Normalarbeitsverhältnis wird ein abhängiges, unbefristetes Beschäftigungsverhältnis bezeichnet, das die Beschäftigten in Vollzeit und direkt in dem Unternehmen, mit dem sie einen Arbeitsvertrag haben, ausüben. Vgl. Statistisches Bundesamt (online).
- 17** Vgl. McKinsey Global Institute (2016): *Independent Work: Choice and Necessity in the Gig Economy*.
- 18** Vgl. Lennartz, Peter et al. (2017): „Start-up-Barometer Deutschland – Februar 2017“, Ernst & Young (Hrsg.) (online).

Obwohl sich viele Gigwork-Plattformen lediglich als Softwareunternehmen bezeichnen, spielen Wegezeiten, Arbeitsunfälle, Verkehrsunfälle, Diebstähle, Sachbeschädigung und Verschleiß von Arbeitsmaterial und Fahrzeugen eine zentrale Rolle. Insbesondere bei den haushaltsnahen Dienstleistungen sind Vertrauen und Qualität von großer Bedeutung, weshalb die Plattformen in diesem Bereich vorab oft polizeiliche Führungszeugnisse, Arbeitszeugnisse, Sprachtests und Einstellungsgespräche einfordern. Für Gigworker sind also die Einstiegsbarrieren höher als für Crowdworker. Der Plattform kann wiederum ein größerer Sach- und Imageschaden durch unqualifizierte oder unzuverlässige Arbeitskräfte entstehen, und für die Auftraggeberinnen und Auftraggeber ist die Frage der Qualität und Qualifikation schon allein deshalb so wichtig, weil anders als bei Crowdwork nicht mehrere Arbeitskräfte parallel beschäftigt werden, um durch Redundanz die schwankende Qualität im Ergebnis aufzufangen. Bei Gigwork steht immer eine einzelne Arbeitskraft in der Pflicht, einen guten Job zu machen, und wird dafür typischerweise von den Auftraggebenden mit einem bis fünf Sternen bewertet.

3.2 Verbreitung

Nach Einschätzung der Europäischen Kommission hatten Online-Arbeitsmärkte in der EU 2015 ein Transaktionsvolumen von 2,7 Milliarden Euro. Das Gesamtvolumen der Transaktionen, die über Online-Plattformen abgewickelt wurden, welche die Europäische Kommission der „kollaborativen Wirtschaft“ zuordnet, lag im selben Jahr bei 28 Milliarden und hatte sich im Vergleich zu 2014 verdoppelt.¹² 17 Prozent aller EU-Bürgerinnen und EU-Bürger haben laut einer Eurobarometer-Umfrage von 2016 Plattformen der kollaborativen Wirtschaft als Konsumentinnen und Konsumenten genutzt – in Frankreich waren es mit 36 Prozent am meisten, in Deutschland mit 20 Prozent etwas weniger.¹³ Die Europäische Kommission schätzt zudem, dass bereits fünf Prozent der EU-Bürgerinnen und EU-Bürger schon mal Güter oder Dienstleistungen über eine Plattform angeboten haben.¹⁴ Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales kommt hingegen auf Basis einer

Telefonumfrage von 2017 zu dem Ergebnis, dass höchstens drei Prozent der Deutschen schon mal Geld über eine Plattform verdient haben.¹⁵

Das McKinsey Global Institute geht auf der Basis einer Studie von 2016 mit über 8.000 Befragten davon aus, dass sehr viel mehr Menschen, als von der Politik angenommen, außerhalb des Normalarbeitsverhältnisses¹⁶ einen Zuverdienst in der Gig Economy erwirtschaften, und dass die Tendenz zu „Independent Work“, wie die Autorinnen und Autoren das Phänomen auch nennen, stark steigend ist.¹⁷ Nach Einschätzung von McKinsey sind ca. 20 bis 30 Prozent der Berufstätigen in den USA und in Europa (EU-15), bzw. bis zu 162 Millionen Menschen, *zumindest auch* als Solo-Selbstständige tätig. Wobei in der Studie auch Personen mitgezählt werden, die nicht direkt ihre Arbeitskraft anbieten, sondern etwa Güter auf eBay vertreiben oder Unterkünfte auf Airbnb bereitstellen. Bisher nutzen dieser Studie zufolge etwa 15 Prozent der „Independent Worker“ – also gut 24 Millionen Menschen – digitale Plattformen, um dort Kundschaft bzw. Auftraggeberinnen und Auftraggeber zu finden. Die Autorinnen und Autoren der Studie rechnen damit, dass sich das bereits rasche Wachstum der Plattformen noch beschleunigen wird, und die Entwicklung plattformvermittelter Arbeit erst am Anfang steht.

2015 floss mit 2,24 Milliarden Euro mehr Risikokapital nach Berlin als in jede andere Stadt in Europa. 2016 lag Berlin mit 1,07 Milliarden Euro hinter London, Paris und Stockholm.¹⁸ Im Juli 2017 wiederum ging das Berliner Start-up Delivery Hero, welches auf die Essensauslieferung spezialisiert ist und zu dem auch Foodora gehört, an die Börse und wurde dort mit 4,4 Milliarden Euro bewertet. Das zu einem Drittel zum Rocket-Internet-Konzern gehörende Unternehmen beschäftigt weltweit etwa 5.000 feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und zusätzlich – über verschiedene Tochterfirmen – eine unbekannte Anzahl an Menschen in atypischen Arbeitsverhältnissen. Die Firma kocht natürlich nicht selbst, sondern vermittelt per mobiler App zwischen Restaurants, Konsumentinnen und Konsumenten und gegebenenfalls Fahrerinnen und Fahrern.¹⁹

Unternehmen für die Vermittlung ortsabhängiger Dienstleistungen nehmen innerhalb der größeren Plattformökonomie einen Spitzenplatz ein, sowohl in Hinsicht auf die Finanzierungsrunden²⁰ als auch die Unternehmensbewertungen durch Investoren. Als Segment des Arbeitsmarktes sind sie bisher zwar noch ein Randphänomen, doch ihre Wachstumsraten und ihr „disruptives“ Potenzial sorgen dafür, dass sich die Politik für die neuen Plattformen zu interessieren beginnt, nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa, Großbritannien und den USA, wo die Entwicklung bereits weiter fortgeschritten ist.

Die im Folgenden dargestellten Entwicklungen der Gig Economy in den USA sowie in Großbritannien stehen exemplarisch für die Entwicklung in anderen Ländern wie Frankreich, Spanien, Italien und Belgien, wo das Phänomen Gigwork auch weit verbreitet ist.

Entwicklung in den USA

Die aktuellste und umfassendste Umfrage zur Entwicklung von Gigwork in den USA wurde im November 2016 vom Meinungsforschungsinstitut Pew Research Center (PRC) in Washington veröffentlicht.²¹ Sinnvollerweise unterscheidet das Institut die Arbeitsplattformen („labor platforms“ wie Uber, aber auch Crowdwork) von den Kapitalplattformen („capital platforms“ wie Airbnb). Demnach haben bereits acht Prozent der mehr als 4.500 in der Studie befragten US-Bürgerinnen und US-Bürger schon mal Geld über eine Arbeitsplattform verdient.²² 56 Prozent von diesen geben an, dass die Einkünfte für sie „essenziell“ oder zumindest „wichtig“ seien. Laut PRC sind es gerade jüngere Menschen, solche mit niedrigem Einkommen und tendenziell eher Schwarze und Personen lateinamerikanischer Herkunft, die ihr Geld über die Arbeitsplattformen verdienen.

In Bezug auf ortsabhängige Gigwork im engeren Sinne gaben zwei Prozent aller Befragten an, schon mal für Taxidienste wie Uber gearbeitet zu haben, hinzu kommen jeweils ein Prozent der Befragten, die als Kuriere oder Reinigungskräfte Gigwork verrichtet haben. Weitere zwei Prozent haben andere plattformvermittelte Dienstleistungen erbracht.²³

Bei der Gruppe der Gigworker, die auf das Einkommen aus Gigwork angewiesen sind, ließ sich zudem feststellen, dass diejenigen mit niedrigem Bildungsstand und aus eher armen, „nicht-weißen“ Haushalten zu den physischen, ortsabhängigen Dienstleistungen in der Gig Economy tendieren. Sie gaben zudem häufiger an, keine andere Arbeit zu finden.

Des Weiteren ergab sich aus der PRC-Studie, dass 23 Prozent der US-Crowd- und Gigworker Studierende sind. 44 Prozent der an der Befragung teilnehmenden Personen sind in Vollzeit beschäftigt, 24 Prozent in Teilzeit, und 32 Prozent gaben an, nicht beschäftigt zu sein. Außerdem verstehen sich 26 Prozent als Beschäftigte einer Plattform, wohingegen sich 68 Prozent als Selbstständige bezeichnen. 29 Prozent der Crowd- und Gigworker vermerkten, für geleistete Arbeit schon mal nicht bezahlt worden zu sein.

Entwicklung in Großbritannien

In Großbritannien wird die Gig Economy sehr kontrovers diskutiert, insbesondere wegen der dort in den Großstädten stark vertretenen Beispiele Uber und dem aus London stammenden Essenslieferdienst Deliveroo.²⁴ In diesem Jahr sind hier gleich mehrere umfassende Berichte über die Gig Economy veröffentlicht worden. Verlässliche Zahlen darüber, wie viele Menschen tatsächlich als Gigworker arbeiten, gibt es dennoch auch für Großbritannien noch nicht. Schätzungen des Chartered Institute of Personnel and Development CIPD zufolge erwirtschaften jedoch 1,3 Millionen bzw. vier Prozent aller Werktätigen in Großbritannien zumindest Nebeneinkünfte durch Gigs.²⁵ In der CIPD-Umfrage zogen zudem zwölf Prozent der jungen Erwachsenen in Erwägung, künftig für eine Gigwork-Plattform zu arbeiten.

Eine weitere britische Studie zur Gig Economy, durchgeführt von der Royal Society of Arts (RSA), geht von 1,1 Millionen Menschen in der britischen Gig Economy aus. Bei dieser Umfrage gaben sogar 25 Prozent der Befragten unter 30 Jahren an, dass sie sich eine Tätigkeit als Gigworker vorstellen könnten.²⁶ Die Attraktivität von Gigwork unter jungen Menschen wird als Indikator dafür gewertet, dass sich das rasche Wachstum der Plattformen fortsetzen wird.

¹⁹ Zu Delivery Hero gehören neben Foodora auch die Marken Lieferheld, Pizza.de und Foodpanda.

²⁰ Vor allem junge Unternehmen, die aufgrund mangelnder Sicherheiten keine herkömmlichen Kredite von Banken erhalten, greifen auf Finanzierungsrunden zurück, bei denen Kapitalgeber in die Unternehmen investieren. Die Investoren erhalten im Gegenzug prozentuale Anteile des Unternehmens. Vgl. Lexikon – Finanzierungsrunde, *Gründerszene*, 2017 (online).

²¹ Pew Research Center (Hrsg.) (2016): *Gig Work, Online Selling and Home Sharing* (online).

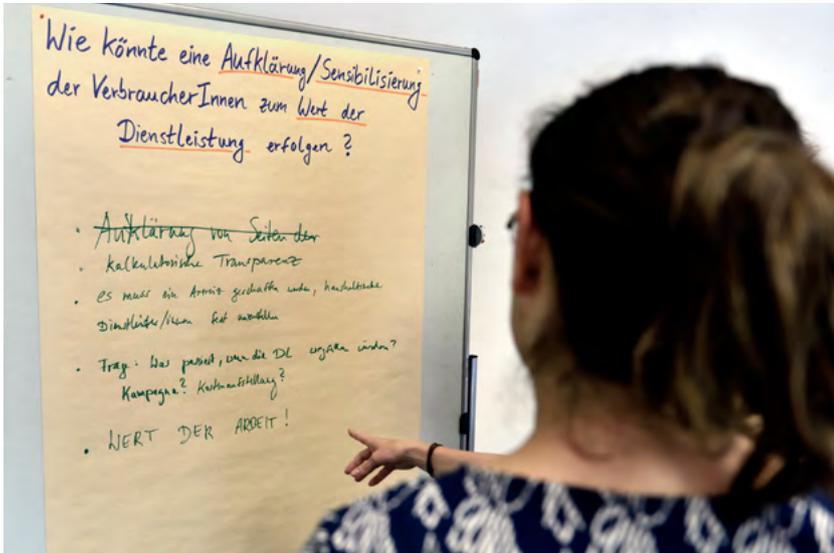
²² Vgl. ebd.

²³ Vgl. ebd.

²⁴ In London streikten bereits im Sommer 2016 zahlreiche Deliveroo-Fahrerinnen und Fahrer, nachdem das Unternehmen sie nicht mehr pro Stunde, sondern pro Auftrag bezahlen wollte. Vgl. Osborne, Hilary / Farrell, Sean: „Deliveroo workers strike again over new pay structure“, *The Guardian*, 15.08.2016 (online).

²⁵ Vgl. CIPD (Chartered Institute of Personnel and Development), „Survey Report – to gig or not to gig?“, London, März 2017 (online).

²⁶ Vgl. RSA (Hrsg.) (2017): *Good Gigs: A fairer future for the UK's gig economy*, London (online).



Impressionen aus den Workshops

²⁷ Taylor, Matthew et al. (2017): *Good Work – The Taylor Review of Modern Working Practices*, Department for Business, Energy & Industrial Strategy (Hrsg.), London (online).

Im aktuellsten, im Juli 2017 erschienenen und von der britischen Premierministerin Theresa May in Auftrag gegebenen Bericht „Taylor Review of Modern Working Practice“²⁷ werden Scheinselbstständigkeit und Solo-Selbstständigkeit als die wesentlichen Probleme angesehen. Die Bekämpfung von Ausbeutung und die Aufklärung der Arbeitskräfte über ihre Rechte, gerade auch bei atypischer Erwerbstätigkeit, werden als wichtigste Ziele im Umgang mit Gigwork genannt. Zwischen Angestellten und Selbstständigen (*independent contractors*) wird die Einführung einer neuen Kategorie „abhängig Selbstständiger“ (*dependent contractors*) vorgeschlagen. Außerdem wird empfohlen, die Arbeit von Selbstständigen höher zu besteuern (derzeit zahlen Angestellte höhere Steuern in Großbritannien) und insbesondere die Solo-Selbstständigen im Gegenzug besser abzusichern.

In Deutschland ist Gigwork noch nicht so stark verbreitet wie in den angelsächsischen Ländern, aber in Berlin prägen einige Plattformen zunehmend das Stadtbild.

4. Gigwork in der Gründerhauptstadt Berlin

Die hier dargestellten Plattformen haben entweder ihren Hauptsitz in Berlin oder verfügen über einen Zweigsitz in der deutschen Hauptstadt, in jedem Fall sind sie aber in Berlin aktiv und bieten hier ihre Vermittlungsdienstleistungen an. Zur besseren Übersichtlichkeit werden die Plattformen unter die Kategorien Betreuungsdienste, Reinigungsdienste, Lieferdienste, Handwerksdienste sowie andere Dienstleistungsplattformen zusammengefasst. Bei der Recherche zu den Vermittlungsplattformen wurde die Dynamik der Gig Economy noch einmal deutlich: Es kommt immer wieder zu Übernahmen von Plattformen durch andere Anbieterinnen, einige Plattformen haben ihr Geschäftsmodell innerhalb kurzer Zeit geändert, oder sie melden Insolvenz an. Im Fall von Uber, der amerikanischen Vermittlungsplattform zur Personenbeförderung, die meist im Zusammenhang mit der Gig Economy genannt wird, hat es in der Vergangenheit beispielsweise viele rasch aufeinander folgende Veränderungen auf dem deutschen Markt gegeben. In Deutschland ist es dem Unternehmen derzeit lediglich gestattet, Fahrgäste an Personen zu vermitteln, die über einen Führerschein zur Fahrgastbeförderung verfügen.²⁸ Aufgrund dieser Vorschriften ähnelt Uber in Berlin eher einem Vermittler von klassischen Taxis und fehlt in der folgenden Darstellung der Plattformen in der Hauptstadt.

4.1 Betreuungsdienste

Betreut.de

Über die Plattform Betreut.de werden Kinderbetreuung, Seniorenbetreuung, haushaltsnahe Dienstleistungen sowie die Betreuung von Haustieren vermittelt. Als Besser Betreut GmbH wurde die Plattform 2007 in Berlin gegründet und von Rocket Internet sowie von Holtzbrinck Ventures finanziert. 2012 wurde das Unternehmen von seinem bereits 2006 gegründeten Vorbild Care.com aus den USA aufgekauft, das Hauptquartier für alle Länder außerhalb der USA befindet sich heute in Berlin. Mit 24 Millionen registrierten Nutzerinnen und Nutzern in 20 Ländern ist Care.com die weltweit größte Plattform für Betreuungsdienstleistungen. Sie hat insgesamt knapp 157 Millionen Dollar Risikokapital eingesam-

melt (allein 46 Millionen von Google),²⁹ und wird seit 2014 an der Börse gehandelt. Betreut.de folgt einem Subskriptionsmodell, Familien bezahlen monatlich 35 Euro, die selbstständigen Betreuungskräfte können optional zehn Euro für eine Premium-Mitgliedschaft zahlen, die ihnen eine bessere Platzierung ermöglicht. Die Qualifikationen der Betreuerinnen und Betreuer werden von der Plattform nicht überprüft.

Careship

Die Plattform wurde 2015 in Berlin gegründet und ist auf die Betreuung und Pflege von älteren Menschen spezialisiert. Die Dienstleistung kann privat bezahlt oder über die Pflegeversicherung abgerechnet werden. Careship ist auch in Hamburg, Frankfurt und Düsseldorf vertreten. Anfang 2017 erhielt Careship vier Millionen Dollar von einem amerikanischen Risikokapitalgeber. Bei Careship legen die ca. 550 Betreuerinnen und Betreuer ihren Stundenlohn zwar selbst fest, die Plattform erhält allerdings eine Provision von 20 Prozent.³⁰ Dafür übernimmt Careship die Rechnungsstellung und die Abrechnung mit den Krankenkassen. Die Arbeitskräfte werden monatlich bezahlt. Careship bietet inzwischen auch Reinigungsdienstleistungen an.

Pflegix

Die Plattform Pflegix bezeichnet sich als Online-Marktplatz für Pflege, Betreuung und Alltagshilfe. Sie wurde im September 2016 im Gründungszentrum der Universität Witten/Herdecke gegründet und war zunächst auf Nordrhein-Westfalen, Frankfurt a. M. und Hamburg spezialisiert. Im August 2017 erfolgte die Übernahme der Hamburger Konkurrenz HelloCare, ein 2014 gegründetes Start-up. Mit mehr als 7.000 Betreuungskräften ist Pflegix mittlerweile deutschlandweit in mehr als 30 Städten vertreten, darunter auch in Berlin. Pflegix übernimmt die Rechnungsstellung für die als Solo-Selbstständige tätigen Betreuungskräfte, die über die Plattform haftpflichtversichert sind. Die Solo-Selbstständigen legen die Höhe des Stundenlohns sowie die Stundenanzahl pro Woche selbst fest; Pflegix erhält für die Vermittlung eine Provision.³¹

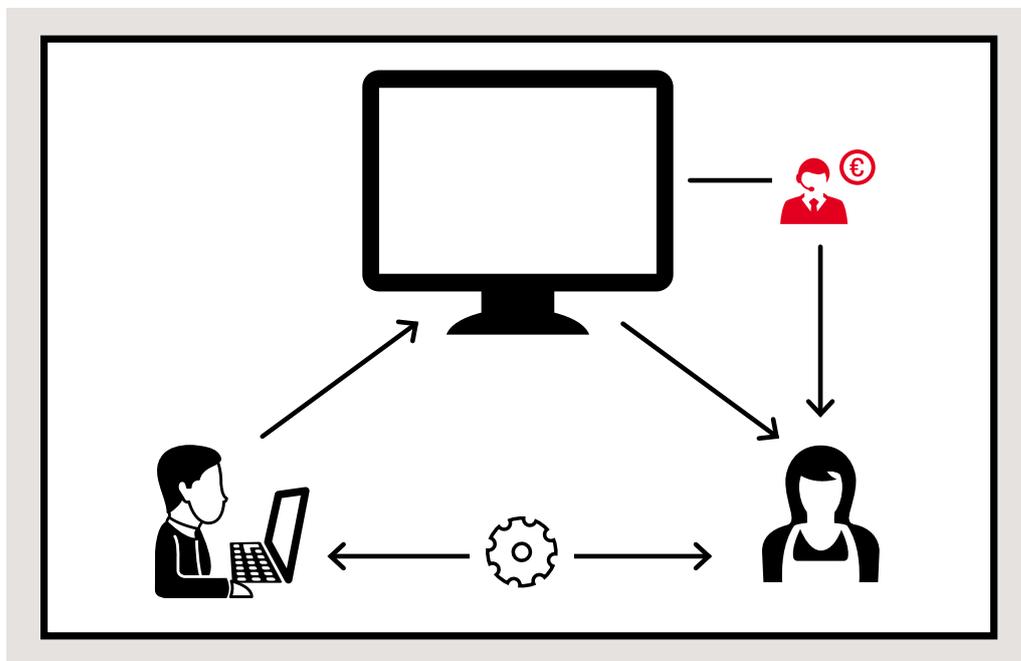
²⁸ Vgl. Pressemitteilung des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main: „Oberlandesgericht Frankfurt am Main bestätigt Verbot der Vermittlung von Fahrten durch ‚UberPOP‘“, 09.06.2016 (online).

²⁹ Gesamtsumme vgl.: Crunchbase (online); bezüglich Investition durch Google siehe auch: Care.com Presseerklärung: „Google Capital Invests in Care.com“, 29.06.2016 (online).

³⁰ Vgl. Beeger, Britta: „Ein Pfleger aus dem Internet“, FAZ, 11.06.2017.

³¹ Vgl. Pflegix, Pressemitteilungen vom 06.12.2016 und vom 01.08.2017 (online).

Provisionsmodell: Die Bezahlung der Gigworker erfolgt nicht direkt über die Plattform, sondern über einen externen Zahlungsdienstleister.



32 Die Höhe der Provision führt Helping im Anhang zu den AGBs, Stand 21.01.2016, auf.

33 Vgl. Demling, Alexander: „Unilever investiert in Helping“, *Handelsblatt*, 01.08.2017 (online); bezüglich der Gesamtsumme an Investitionen in Helping, siehe crunchbase.com.

34 Die Book A Tiger Gründer hatten 2010 bereits die Plattform Lieferheld gegründet, die heute international unter dem Namen Delivery Hero firmiert und 2017 an die Börse gegangen ist.

35 Vgl. Kyriasoglou, Christina: „Erstmals Geschäftszahlen: So steht es um Foodora“, *Gründerszene*, 20.06.2017 (online).

36 Vgl. Wood, Zoe: „Deliveroo set to become a tech ‚unicorn‘ as investors seek a slice“, *The Guardian*, 02.07.2017 (online).

4.2 Reinigungsdienste

Helping

Die Plattform für Reinigungsdienste wurde Anfang 2014 in Berlin gegründet. Neben Deutschland ist Helping in sieben anderen Ländern vertreten, hat weltweit eine etwa 200.000 Haushalte umfassende Kundschaft und arbeitet mit 30.000 Reinigungskräften. Die Reinigungskräfte sind selbstständig tätig, in Deutschland kooperiert die Plattform derzeit mit etwa 5.000 Solo-Selbstständigen. Je nach Region wird die Dienstleistung von der Plattform für 13,90 bis 21,90 Euro pro Stunde angeboten, davon erhält Helping eine Provision in Höhe von 20 Prozent.³² Für die Rechnungsstellung nutzt Helping einen externen Zahlungsdienstleister. Seit 2017 bietet die Plattform weitere Dienste an, so z.B. Malerarbeiten sowie das Aufbauen von Möbeln. Helping konnte bisher bereits über 72 Millionen Dollar Risikokapital von verschiedenen Investoren einsammeln, allen voran von Rocket Internet und inzwischen auch von Unilever.³³

Book A Tiger

Die Reinigungsfirma wurde 2014 in Berlin gegründet und hat seitdem etwa 21,5 Millionen Euro Risikokapital erhalten.³⁴ Zu Beginn hatte die Plattform mit Solo-Selbstständigen kooperiert, bis Anfang 2016 die Umstellung auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung erfolgte. Book A Tiger zahlt seinen nun festangestellten Reinigungskräften inzwischen den Tariflohn der Gebäudereinigungsbranche. Mittlerweile beschäftigt Book A Tiger in Deutschland und der Schweiz 700 Reinigungskräfte, dazu etwa 100 Personen in den Bereichen IT, Human Resources und Verwaltung. Etwa 20 Prozent der Reinigungs-

kräfte sind in Berlin tätig. Im Gegensatz zu Helping setzt Book A Tiger inzwischen vor allem auf Geschäftskunden und bietet zusätzliche Bürodienstleistungen und Facility Management an.

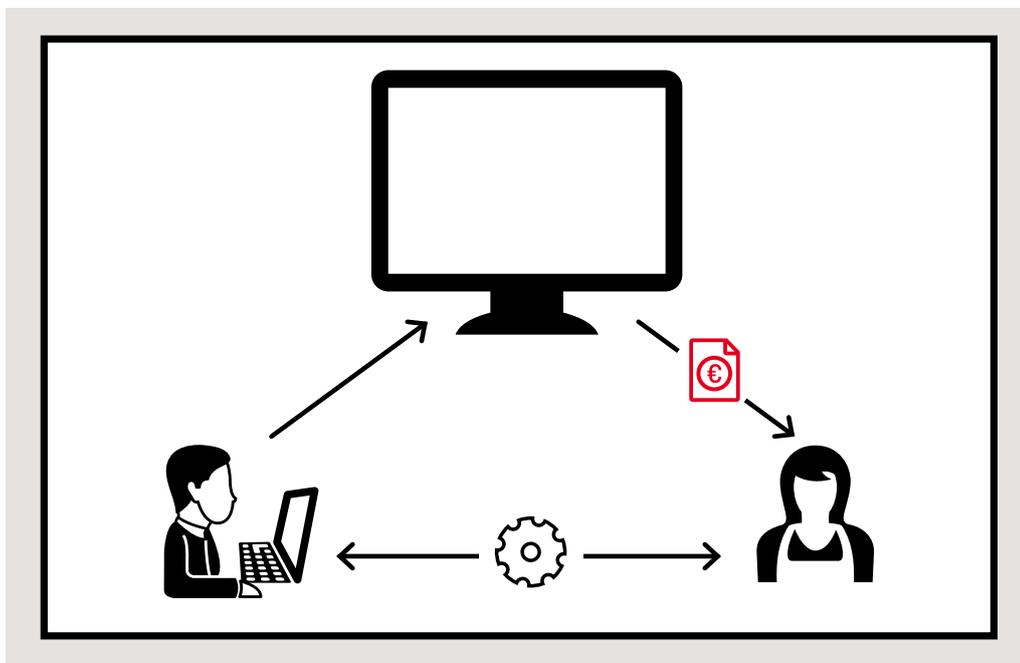
4.3 Lieferdienste

Foodora

Der Restaurantlieferdienst wurde 2014 in München gegründet, verlegte wenig später sein Hauptquartier nach Berlin, wurde erst von Rocket Internet übernommen und gehört seit September 2015 zu Delivery Hero. Als Delivery Hero im Juni 2017 schließlich an die Börse ging, wurden auch die Geschäftszahlen von Foodora öffentlich. Obwohl Foodora eine vergleichsweise hohe Provision von 30 Prozent pro Bestellung von den Restaurants erhält, waren die Ausgaben für die Fahrradkurierinnen und -kuriere sowie für Werbemaßnahmen 2016 so hoch, dass das Unternehmen einen Verlust von 58 Millionen Euro eingefahren hat.³⁵ Insgesamt sind in Deutschland etwa 2.400 Fahrerinnen und Fahrer für Foodora tätig, 450 davon in Berlin. Darüber hinaus beschäftigt Foodora in Berlin über 200 Personen, die für die Entwicklung und Vermarktung der Plattform zuständig sind.

Deliveroo

Der Restaurantlieferdienst wurde 2012 in London gegründet. Seitdem hat das Unternehmen etwa 474 Millionen Dollar Risikokapital von zahlreichen Investoren eingesammelt und sein Wert wurde im Sommer 2017 auf bis zu 1,5 Milliarden Pfund geschätzt.³⁶ Vom Firmensitz in London aus bietet Deliveroo seine Dienste in etwa einem Dutzend Länder an



Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung: die Plattform als Arbeitgeberin entlohnt die Gigworker.

und hat seit April 2015 auch ein Büro in Berlin. International arbeiten über 30.000 Kurierinnen und Kurier für Deliveroo, die Hälfte davon in Großbritannien, in Deutschland sind es über 1.000, in Berlin etwa 300. Die Fahrerinnen und Fahrer sind als Selbstständige tätig, sie tragen Uniformen, arbeiten in Schichten und die Entlohnung wird von Deliveroo festgelegt. In Deutschland verdienen sie 7,50 Euro pro Stunde und pro Lieferung erhalten manche Fahrerinnen und Fahrer auch noch eine Provision von ein bis zwei Euro – wer wie viel Provision bekommt, ist jedoch intransparent.³⁷

Lieferando

Die Bestellplattform wurde bereits 2009 in Berlin gegründet und gehört seit 2014 zur niederländischen Takeaway-Gruppe, welche international zahlreiche ähnliche Dienste betreibt und 2016 mit knapp einer Milliarde Euro bewertet wurde. Lieferando wurde bisher mit 18,5 Millionen Dollar Risikokapital finanziert. Das Kerngeschäft (99 Prozent) besteht aus der Weiterleitung von Bestellungen an Restaurants, die einen eigenen Lieferdienst haben; hierfür verlangt Lieferando eine Provision von neun Prozent.³⁸ Seit 2016 beschäftigt Lieferando auch eigene Kurierinnen und Kurier in Vollzeit, Teilzeit oder im Minijob. Die Fahrerinnen und Fahrer bekommen winter-taugliche Kleidung gestellt; Personen, die das Essen mit dem PKW oder dem Roller ausfahren, erhalten zudem Benzengeld. Für diesen Dienst zahlen die Restaurants 30 Prozent Provision.³⁹

Packator

Packator wurde 2015 in Berlin gegründet und koordiniert die Versendung von Paketen. Die Firma bietet ihrer Kundschaft nicht nur an,

Pakete zur Post zu bringen, sondern diese auch zu verpacken. Die Dienstleistung soll dabei in Nebentätigkeit von Personen verrichtet werden, die ohnehin in der Gegend sind und sich etwas dazuverdienen wollen. Die Kundinnen und Kunden zahlen dafür mindestens fünf Euro zusätzlich pro Paket, und auch Größe und Geschwindigkeit spielen bei der Kalkulation eine Rolle. Laut Firmenwebseite greift Packator auf die Dienste von über 1.000 Kurierinnen und Kurieren im ganzen Bundesgebiet zurück. Im Juni 2017 erhielt Packator in einer zweiten Finanzierungsrunde zwei Millionen Euro Risikokapital.⁴⁰

4.4 Handwerksdienste

Homebell

Homebell wurde 2015 in Berlin gegründet. Die Plattform vermittelt Handwerksdienste wie Streichen, Tapezieren und Parkettverlegen, hierfür wird ein festes Angebot nach Angabe von Quadratmetern und Materialwünschen online bzw. telefonisch erstellt. Neben Deutschland ist Homebell in fünf Nachbarländern vertreten und gibt an, Handwerkerinnen und Handwerker an über 10.000 Kundinnen und Kunden vermittelt zu haben. In Deutschland sind etwa 400 Betriebe mit 3.500 Handwerkerinnen und Handwerkern für Homebell tätig, 45 der Betriebe sind in Berlin registriert. Die Firma ist teilfinanziert durch Rocket Internet und diverse weitere Risikokapitalgeber, darunter seit Juni 2017 auch das Versicherungsunternehmen AXA. Über Homebell werden Selbstständige ebenso wie Handwerksbetriebe vermittelt. Der Vertrag wird zwischen Kundschaft und Plattform geschlossen. Die Vermittlungsprovision liegt durchschnittlich bei 20 Prozent.⁴¹ Darü-

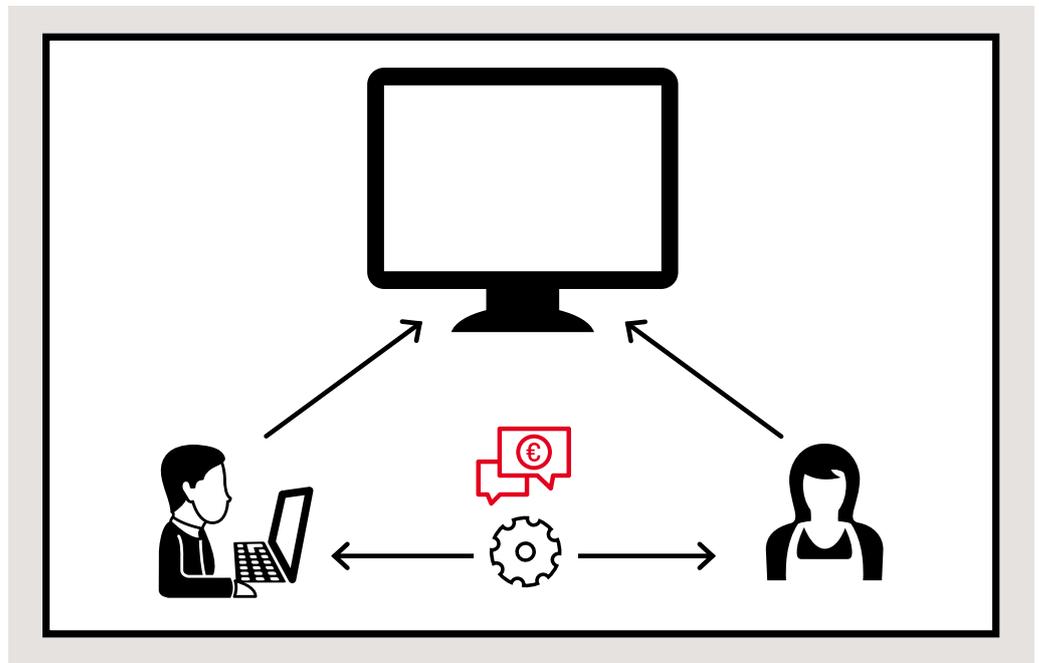
³⁷ Vgl. Albring, Lea: „Ein Deliveroo Fahrer erzählt, warum er sich ausgebeutet fühlt“, *VICE*, 03.05.2017 [online].

³⁸ Vgl. Laudenbach, Peter: „Lieferando – Das große Fressen“, *brand eins*, 02/2017 [online].

³⁹ Vgl. ebd.

⁴⁰ Vgl. Kugoth, Jana: „Berliner Startup Packator sammelt zwei Millionen ein“, *Gründerszene*, 15.06.2017 [online].

Subskriptionsmodell: Die Bezahlung der Gigworker erfolgt direkt durch die Auftraggeberin bzw. den Auftraggeber. Auftraggebende und/oder Gigworker zahlen einen monatlichen Beitrag an die Plattform.



- 41** Vgl. Kyriasoglou, Christina: „Axa investiert in Handwerker-Startup Homebell“, *Gründerszene*, 07.06.2017 (online); Hoffmann, Jürgen: „Online-Börsen für Handwerker“, *Berliner Zeitung*, 30.03.2017 (online).
- 42** Vgl. MyHammer, Pressemitteilung vom 10.10.2016 (online).
- 43** Vgl. Höltmann, Inga: „Start-ups im Handwerk“, *Tagesspiegel*, 17.07.2016 (online).
- 44** Vgl. Richters, Kim: „Diese Startups wollen den Handwerkermarkt neu aufrollen“, *Gründerszene*, 14.03.2016 (online).
- 45** Vgl. Höltmann, Inga: „Start-ups im Handwerk“, *Tagesspiegel*, 17.07.2016 (online).
- 46** Vgl. Seniovo, Firmenwebseite (online).

ber hinaus hat die Plattform etwa 130 Beschäftigte in der Entwicklung und Vermarktung des Dienstes, 100 davon in Berlin.

MyHammer

Die in Berlin ansässige Plattform für die Vermittlung von Handwerksdienstleistungen existiert bereits seit 2005, ist also älter als das Phänomen, das man heute als Gig Economy bezeichnet. Der Umsatz des börsennotierten Unternehmens lag 2016 bei 9,5 Millionen Euro. Ähnlich wie Betreut.de setzt auch MyHammer auf ein Subskriptionsmodell: hier zahlen etwa 17.400 Handwerksbetriebe 60 Euro im Monat (bzw. die ersten drei Monate 20 Euro) für die Listung auf der Plattform. Für die Auftraggeberinnen und Auftraggeber ist die Nutzung kostenlos. 2016 wechselte MyHammer von Rocket Internet und Holtzbrinck zum US-amerikanischen Konzern HomeAdvisor (IAC).⁴²

Renovago

Renovago wurde im November 2015 in Berlin gegründet und ist bisher auf die Hauptstadt konzentriert. Nachdem man sich ebenfalls erst auf die private Kundschaft konzentriert hatte, ist das Unternehmen inzwischen auf Geschäftskundinnen und -kunden ausgerichtet. Es versteht sich als Hausmeisterdienst für Hausverwaltungen, der Aufträge flexibel und stundenweise abrechnet, und teilweise mit angestellten Handwerkerinnen und Handwerkern arbeitet.⁴³

Renovinga

Die Plattform für Renovierungsarbeiten wurde im Oktober 2015 in Berlin gegründet. Neben Malerarbeiten und dem Verlegen von Böden werden auch das Montieren von Möbeln und die Installation von Sanitäranlagen an-

geboten. Renovinga ist nur in deutschen Großstädten tätig und richtet sich nicht an Gigworker, sondern beauftragt professionelle Handwerksfirmen. Eine Bauleitung legt einen Preis fest, koordiniert die Gewerke und berechnet dafür eine Gebühr von 15 bis 20 Prozent.⁴⁴ Mitte 2016 hatte Renovinga elf Beschäftigte.⁴⁵ Mit der Tochterfirma Seniovo stößt Renovinga auch in den Markt für altersgerechtes Wohnen vor, und berät ihre Kundschaft zu den notwendigen Umbauarbeiten und Fördermöglichkeiten durch Pflege- und Krankenkasse.⁴⁶

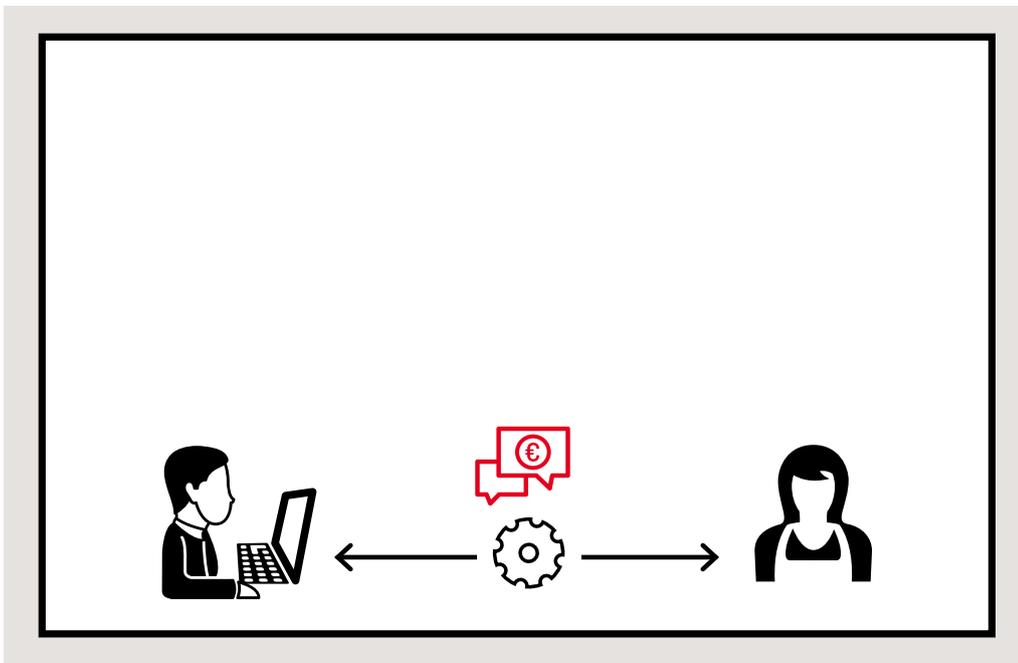
4.5 Andere Dienstleistungsplattformen

Massagio

Die Massage-Plattform wurde 2015 in Berlin gegründet und hat seitdem etwa eine Million Euro Risikokapital erhalten. Für eine Provision von 20 bis 30 Prozent vermittelt das Unternehmen über 500 zertifizierte Massage- und Physiotherapeutinnen und -therapeuten in bisher etwa zwei Dutzend deutschen Städten sowie in Wien. Eine einstündige Massage kostet 69 Euro.

Mila

Die Plattform wurde 2013 in der Schweiz gegründet, hat heute Standorte in Zürich und Berlin und vermittelt Personen mit technischen Fähigkeiten, die beispielsweise im Haushalt bei der Einrichtung eines Computers oder anderer Geräte helfen. Dabei setzt Mila auf solo-selbstständige Hilfskräfte aus der Nachbarschaft, die sich so einen Nebenerwerb verdienen.⁴⁷ Mila versteht diese Form der Arbeitsauslagerung als „Crowd Service“. Hauptinvestor hinter Mila ist die Swiss Tele-



[Solo-]Selbständigkeit ohne Plattform als Intermediär.

com, zudem gibt es Partnerschaften mit Vodafone und dem Elektronikhändler Conrad.⁴⁸ Die technischen Hilfskräfte, auch „Friends“ genannt, müssen sich einem Hintergrundcheck und je nach Komplexität der Arbeiten, die sie anbieten, auch fachlichen Tests unterziehen. Sie werden zudem von den Hilfesuchenden für ihre Leistung bewertet. Die Helferinnen und Helfer handeln ihr Honorar selbst aus, Mila empfiehlt Preise zwischen 29 und 55 Euro pro Auftrag und erhält eine Provision von 20 Prozent.⁴⁹ Circa 4.000 „Friends“ in 150 Städten erledigen etwa 4.000 Aufträge im Monat. 2016 waren 60 Personen als „Conrad Friends“ in München und Berlin tätig.⁵⁰

Move24

Move24 ist ein 2015 in Berlin gegründetes Umzugsunternehmen, welches nebenbei Stromverträge verkauft und auch im europäischen Ausland vertreten ist. Bis Anfang 2016 hieß die Firma Movago. Move24 hat insgesamt 38,78 Millionen Dollar Risikokapital eingesammelt. Investoren sind unter anderem Innogy Venture Capital (RWE) und Holtzbrinck Ventures.⁵¹ Im August 2017 waren laut Firmenwebseite 787 sogenannte „Umzugshelden“ in 225 Umzugswagen aktiv und es wurden bisher insgesamt über 50.000 Umzüge durchgeführt. Umzugs-Teams werden nach Bewertungen durch die Kundinnen und Kunden in einem Ranking erfasst und bei guter Bewertung häufiger eingesetzt; zudem finden nach Angaben der Plattform regelmäßig Workshops und Schulungen statt.⁵²

Movinga

Movinga wurde 2015 in Berlin gegründet und ist ein bisher ausschließlich in Deutschland operierendes Umzugsunternehmen, welches nebenbei u.a. auch DSL- und Strom-Verträge

vermittelt.⁵³ Insgesamt konnte die Firma 50 Millionen US-Dollar Risikokapital einsammeln, unter anderem von Rocket Internet. Laut Firmenwebseite hat Movinga bereits für 20.000 Haushalte Umzüge durchgeführt. Dies geschieht über 200 unabhängige „Partner“ bzw. „ausführende Möbelspediteure“. Movinga bietet den Unternehmen Auftragsbeschaffung, Kundenservice sowie Rechnungswesen an und verlangt im Gegenzug eine Provision von 30 Prozent.

Ohlala

Ohlala ist eine Plattform für Escort-Dienste und Sexarbeit, die 2015 in Berlin gegründet wurde und Risikokapital in Höhe von 1,7 Millionen Euro erhalten hat. Die Plattform selbst bezeichnet ihr Angebot als „bezahltes Dating“. Im April 2017 waren auf Ohlala 8.000 Personen registriert, die sich aufteilen in (meist weibliche) Dienstleisterinnen und (meist männliche) Kunden – das Verhältnis von Frauen zu Männern liegt laut Gründerin der Plattform bei 1 zu 6.⁵⁴ Männer stellen auf der Plattform ihre Anfrage und nennen die Summe, die sie bereit sind zu zahlen, die Frauen bleiben „unsichtbar“, bis sie auf eine Anfrage reagieren, und können auch dann weiter anonym bleiben bzw. unter einem Pseudonym arbeiten. Das erklärte Ziel von Ohlala ist es, Sexarbeit selbstbestimmter und sicherer zu gestalten.

⁴⁷ Vgl. Mila, AGBs für Dienstleister, ohne Datum (online).

⁴⁸ Vgl. Mila, Firmenblog („News Trends und Updates zu Crowd Service“): „Conrad Friends: Nachbarn lösen die technischen Probleme der Deutschen“, 14.07.2017 (online).

⁴⁹ Vgl. Mila, Anhang zu den Nutzungsbedingungen, ohne Datum (online).

⁵⁰ Vgl. Brien, Jörn: „Conrad Friends‘ vermittelt Technikversierte“, *t3n*, 13.09.2016 (online).

⁵¹ Vgl. Move24, Pressemitteilung vom 05.05.2017 (online).

⁵² Vgl. Move24, Über uns (online).

⁵³ Vgl. Movinga, Dienstleistungen (online).

⁵⁴ Vgl. Köver, Chris: „Ohlala: Wie Pia Poppenreiter ihre App für bezahlte Dates retten will“, *Wired*, 24.05.2017 (online).

5. Einschätzungen aus den Interviews

Zur Beleuchtung verschiedener Aspekte in Bezug auf das Gigworking wurden zehn explorative Interviews mit Expertinnen und Experten geführt, die mit dem Thema Gigwork aus unterschiedlichen Gründen vertraut sind. Zum einen wurden fünf Geschäftsführungen von Berliner Plattformen zu den Arbeitsbedingungen „ihrer“ Gigworker befragt und um ihre Einschätzung hinsichtlich der Herausforderungen und der Perspektiven der Gig Economy gebeten. Die Bereitschaft zum Austausch war bei den größeren und „älteren“ Plattformen gemeinhin größer als bei kleinen Unternehmen der Gig Economy. Die Sichtweise der Berliner Gigworker wird durch einen ehemaligen Fahrer eines Lieferdienstes sowie durch Vertreter von ver.di und der FAU abgebildet. Komplettiert werden die Einschätzungen zur Gig Economy von der Pflegedienstleitung einer Altenpflegeeinrichtung, die mit einer Betreuungsplattform kooperiert, sowie mit der Geschäftsführung eines Restaurants, das mit drei Lieferdiensten zusammenarbeitet.

5.1 Sichtweise der Plattformvertreterinnen und -vertreter vor Ort

Benedikt Franke, Geschäftsführer der Helpling GmbH

Die Plattform Helpling vermittelt Reinigungsdienstleistungen sowie seit Januar 2017 auch Malerarbeiten, Entrümpelungen und Möbelaufbau an Privatkunden. Im Bereich der Haushaltsreinigung beziehen solo-selbstständige Reinigungsdienstleistende ihre Aufträge über die Plattform. Derzeit sind weltweit etwa 30.000 Solo-Selbstständige für Helpling aktiv, ca. 5.000 davon in Deutschland. Der Anteil der weiblichen zu den männlichen Reinigungskräften beträgt 60 zu 40 Prozent, ca. 80 Prozent der Solo-Selbstständigen sind zwischen 25 und 45 Jahre alt. Viele der Reinigungskräfte sind „Neuankömmlinge“ und/oder hauptberuflich im Kunst- und Kulturbereich tätig. Eine vorangegangene Ausbildung zur Fachkraft Gebäudereinigung sei eher eine Seltenheit. Ein nicht unwesentlicher Anteil der Frauen und Männer hätten zuvor in der Gastronomie gearbeitet und Franke schätzt basierend auf Umfragen, dass etwa 50 Prozent der nun selbstständigen Reinigungsdienstleister zu-

vor „schwarz“ in Privathaushalten als Reinigungskraft tätig waren. Derzeit bereite das Unternehmen eine interne Umfrage vor, aus der hervorgehen solle, welche Reinigungskraft einer weiteren Erwerbstätigkeit nachgeht. 85 Prozent der Solo-Selbstständigen sind weniger als 20 Stunden pro Woche tätig.

Helpling beschäftigt in Deutschland etwa 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für Verwaltung, IT, Kommunikation etc. zuständig sind. Der Geschäftskundenmarkt werde nach einer Testphase nicht mehr bedient.

Franke bezeichnet Helpling nicht als Arbeitgeber der Reinigungskräfte, sondern als Vermittler – Auftraggeberinnen und Auftraggeber seien die privaten Haushalte. Die Kompetenz der Plattform sei das Matching von Kundin bzw. Kunde und Reinigungskraft. Helpling biete den Reinigungskräften eine „unbegrenzte Kundschaft“ möglichst in Wohnortnähe, die mit einer gewissen Planbarkeit einhergehe. Um dies zu gewährleisten, versuche Helpling stets, mehr Aufträge anzubieten, als Arbeitsstunden zur Verfügung stehen. Nur auf diese Weise sei es möglich, die Solo-Selbstständigen nach eigenen Präferenzen zeitlich so auszulasten, dass diese auf die gewünschte Stundenzahl kämen. Die Reinigungskräfte „geben an, was sie verdienen wollen“, so Franke, und Helpling versuche, diesen Wünschen mit ausreichend vielen Aufträgen entgegenzukommen. Darüber hinaus übernehme die Plattform die Rechnungsstellung. Zum Abschluss einer Haftpflichtversicherung werde geraten.

Über die Plattform können Kundinnen und Kunden die Reinigungskräfte bewerten, sie haben die Wahl zwischen einer öffentlichen und einer privaten Bewertung. Umgekehrt sei keine Bewertung möglich, Reinigungskräfte reagierten bei Unzufriedenheit mit der Kundschaft mit einem Wechsel. Es stehe den Reinigungskräften jederzeit frei, eine Kundin oder einen Kunden ohne Angabe von Gründen aus dem eigenen Plan zu streichen. Eine Art Arbeitszeugnis werde von Helpling nicht ausgestellt, die Reinigungskräfte könnten jedoch Screenshots von den für sie einsehbaren Bewertungen machen oder ihre Kundschaft um Referenzen bitten.

Dass Reinigungskräfte und Auftraggebende die Vermittlung über die Plattform beenden, um direkt miteinander zu kommunizieren und ohne Helpling „ins Geschäft“ zu kommen, sei durchaus ein ernstzunehmendes mögliches Problem für das Unternehmen. Man begegne dieser Herausforderung, indem man den Solo-Selbstständigen die gewünschte Anzahl an Aufträgen zur Verfügung stellt und die Rechnungsstellung übernimmt.

Franke ist sich der Vorteile bewusst, die mit einer Festanstellung der Reinigungskräfte einhergehen. Angestellten Reinigungskräften gegenüber sei ein Unternehmen weisungsbefugt. Beschäftigte können eingearbeitet werden und man könne ihnen Fort- und Weiterbildungen anbieten. Zudem gäbe es eine höhere Standardisierung der Arbeitsprozesse. Dies sei jedoch in Deutschland im Bereich haushaltsnaher Dienstleistungen nicht finanzierbar, da die Auftraggeberinnen und Auftraggeber nicht bereit wären, mehr als 20 Euro pro Stunde für eine Reinigungsdienstleistung im Privathaushalt zu bezahlen. Solange der Steuervorteil lediglich bei 20 Prozent liege, entschieden sich Privathaushalte eher dafür, auf eine Reinigungskraft vom Schwarzmarkt zurückzugreifen, als mehr zu zahlen. „Helpling ist eine Alternative zum Schwarzmarkt“, so Franke.

Als Vorbild nennt Franke das Steuermodell in Frankreich. Dort gebe es anstatt der hiesigen 20 Prozent einen Steuervorteil von 50 Prozent auf haushaltsnahe Dienstleistungen, was den Schwarzmarkt ausbremse, da er nicht mehr mit den legalen Angeboten konkurrieren könne. Hier vermittelt Helpling Kundinnen und Kunden sowohl an solo-selbstständige Dienstleister als auch an kleine und mittelständische Reinigungsbetriebe mit angestellten Reinigungskräften.

Nikita Fahrenholz, Geschäftsführer von Book A Tiger Household Services GmbH

Nikita Fahrenholz ist Mitgründer und Geschäftsführer von Book A Tiger, einer digitalen Facility-Management-Plattform, über die Geschäftskunden und Privathaushalte angestellte Reinigungskräfte buchen können. Zu Beginn hat Book A Tiger mit Solo-Selbstständigen zusammengearbeitet. Im Februar 2016 erfolgte die Umstellung auf

die Arbeit mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Schlagartig stellte Book A Tiger Hunderte Reinigungskräfte an. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen in Deutschland und der Schweiz etwa 700 Reinigungskräfte und etwa 100 Personen in den Bereichen IT, Human Resources, Verwaltung, etc. Etwa 20 Prozent der Reinigungskräfte sind in Berlin tätig.

Der Fokus liege zunehmend auf dem Geschäftskundenbereich. Hier arbeite man auch mit Subunternehmen zusammen. Die tageszeitliche Reinigung sei in Planung und solle in Zukunft vor allem in Zusammenarbeit mit Subunternehmen stattfinden. Neben der Reinigung biete Book A Tiger für Geschäftskunden auch Catering und Getränkelieferungen an und stelle Bürobedarf bereit.

Die Reinigungskräfte bei Book A Tiger werden „Tiger“ genannt. Sie arbeiten im Schnitt etwa 25 Stunden pro Woche, die Anzahl der Minijobberinnen und Minijobber sei gering. Viele Reinigungskräfte äußerten den Wunsch, mehr zu arbeiten, was das Unternehmen zu berücksichtigen versuche.

Etwa 70 Prozent der Reinigungskräfte seien weiblich, was auch dem Frauenanteil in der Gebäudereinigung in Deutschland entspricht. Bei Book A Tiger arbeiten kaum Studierende – die bzw. der typische Beschäftigte sei zwischen 30 und 50 Jahre alt. Darunter seien viele ausgebildete Reinigungskräfte, aber auch ehemalige Beschäftigte aus der Hotelbranche und ehemalige Arbeitssuchende. Das Unternehmen kooperiere in Bezug auf die Personalgewinnung auch mit der Arbeitsagentur – in Deutschland und in der Schweiz u.a. auch mit Langzeitarbeitslosen. Die Zusammenarbeit mit den Arbeitsvermittlungszentren in der Schweiz funktioniere besser, da viele Arbeitsabläufe zügiger geregelt würden. Dies hält Fahrenholz auch in Deutschland für wünschenswert.

Mit der Tiger Academy bilde Book A Tiger seine Reinigungskräfte selbst fort und weiter. Hier gebe es regelmäßige On- und Offline-Schulungen sowie Apps, mit deren Hilfe man sein Wissen auffrischen könne.

Das Unternehmen stehe seit Kurzem in Kontakt mit der IG BAU, einen Betriebsrat gebe es bisher nicht.

Die Entscheidung zur Umstellung auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung erfolgte laut Fahrenholz primär, um die Qualität der Arbeit sicherzustellen. Solo-Selbstständigen gegenüber sei man nicht weisungsbefugt, was dazu geführt habe, dass Reinigungskräfte ihre Arbeitszeiten nicht einhielten oder hin und wieder nicht zur Arbeit erschienen. Es habe schlichtweg keine Prozesssicherheit gegeben, was zu unzufriedenen Kundinnen und Kunden geführt habe. Mit der Umstellung seien diese Probleme nun behoben. Auch könne man die Beschäftigten nun mit Reinigungsmitteln, Geräten und Arbeitskleidung ausstatten und sie fort- und weiterbilden.

Ein weiterer Grund für die Umstellung sei die schwer zugängliche Rechtslage hinsichtlich der Scheinselbstständigkeit im Zusammenhang mit plattformbasierter Arbeit gewesen. Dies habe es auch schwieriger gemacht, potenzielle Geldgeber von der Zusammenarbeit mit Solo-Selbstständigen und der Geschäftsidee zu überzeugen.

Fahrenholz erklärte dies – also die Notwendigkeit einer Gesetzgebung, die sich neuen Entwicklungen schneller annimmt – zu einem wichtigen Handlungsfeld in der Gig Economy.

Bei Book A Tiger seien beidseitige Bewertungen möglich. Auf der einen Seite könnten Kundinnen und Kunden die Reinigungskräfte bewerten, wozu sie nach jedem erfüllten (oder nicht-erfüllten) Auftrag aufgefordert würden. Bewertungen könnten hinsichtlich der Reinigungsleistung und hinsichtlich des Abwicklungsprozesses abgegeben werden. Die Bewertungen der Reinigungsleistungen lägen derzeit durchschnittlich bei etwa 4,7 von 5 möglichen Sternen. Viele Kundinnen und Kunden wünschten sich eine regelmäßige Reinigung durch ein und dieselbe Reinigungskraft.

Bewertungen durch Reinigungskräfte werden laut Fahrenholz auf freiwilliger Basis abgegeben. Sie erfolgten in der Regel dann, wenn Kundinnen und Kunden unfreundlich gegenüber den Reinigungskräften seien. Negative

Bewertungen können unter Umständen dazu führen, dass Kundinnen oder Kunden geblockt werden und keine weiteren Buchungen vornehmen können. Dies sei auch bereits vorgekommen.

Nikita Fahrenholz unterscheidet zwischen Plattformökonomie und Gig Economy. Book A Tiger sei zwar eine Dienstleistungsplattform, er sehe das Unternehmen aber nicht als eines der Gig Economy, weil die Reinigungskräfte einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgingen.

Fahrenholz glaubt nicht an das auf die Arbeit mit Solo-Selbstständigen basierende Geschäftsmodell der Gig Economy. Für den Fall, dass eine ortsgebundene Dienstleistung wiederkehrend von derselben Person durchgeführt wird, sollte diese Person angestellt sein, so Fahrenholz. Dies könne einhergehen mit einem flexibleren Steuermodell, ähnlich wie in der Schweiz, wo eine stundengenaue Abrechnung möglich sei. Fahrenholz ist der Meinung, dass eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung durchaus mit der für die Gig Economy charakteristischen Flexibilität kompatibel ist.

Handlungsbedarf sieht Fahrenholz hinsichtlich der Steuerlast bei haushaltsnahen Dienstleistungen. Ein Arbeitgeber müsse dem Kunden etwa 22 Euro für eine einstündige Reinigungsdienstleistung berechnen, um profitabel zu sein, während diese Stunde auf dem Schwarzmarkt ca. 10 Euro koste. Die Zusammenarbeit mit Solo-Selbstständigen sei für Plattformen vor allem deshalb reizvoll, weil eine weitaus geringere Steuerlast anfallt als mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten – der Preis für die Reinigungsdienstleistung liege zwar trotzdem über den auf dem Schwarzmarkt üblichen Preisen, sei aber weitaus günstiger als die Dienstleistung, die von einer als Arbeitgeberin fungierenden Plattform angeboten werde.

Emanuel Pallua, Geschäftsführer der Foodora GmbH

Foodora ist ein Lieferdienst, über den online aus verschiedenen Restaurants Essen bestellt werden kann, das schließlich von Fahrradkurierrinnen und -kurieren ausgeliefert wird.

Insgesamt seien in Deutschland etwa 2.400 Fahrerinnen und Fahrer für Foodora tätig, 450 davon in Berlin. Diese Fahrerinnen und Fahrer seien überwiegend in Teilzeit als Midijobberinnen und Midijobber angestellt. Es gebe wenige Minijobs und nur etwa fünf Prozent arbeiteten in Vollzeit. Bevorzugt beschäftige Foodora Midijobberinnen und Midijobber. Besonders gut passe das Geschäftsmodell zum Lebensstil von Studierenden, die am Wochenende und abends Zeit hätten, etwas Geld zu verdienen.

Der typische Fahrer bei Foodora sei männlich, Mitte 20 und studiere oder habe sein Studium gerade abgeschlossen. Es gebe auch Foodora-Fahrerinnen, das Verhältnis liegt bei ca. 65 zu 35 Prozent. Fahrerinnen und Fahrer bei Foodora verdienen zwischen neun und elf Euro pro Stunde (in München bis zu elf Euro). Zusätzlich zum Stundenlohn gebe es die Möglichkeit, einen Bonus von einem Euro pro Stunde zu bekommen. Dies sei ab dem zweiten Monat möglich. Voraussetzung sei, dass der Fahrer verlässlich seine Schichten (insbesondere zu Zeiten vieler Bestellungen) fährt, keine unentschuldigten Fehlzeiten vorweist und verantwortungsvoll ist. Ob man diesen Bonus erreicht oder nicht, könne individuell eingesehen werden. In einer persönlichen Informationsmail, die einmal pro Monat an die Fahrerinnen und Fahrer geschickt wird, erfahren diese jeweils, ob sie für den vergangenen Monat den Bonus bekommen oder nicht. Der Lohn werde stets zu Beginn des nächsten Monats ausgezahlt. Trinkgeld erhalten die Fahrerinnen und Fahrer ausschließlich direkt in bar von den Kundinnen und Kunden, da eine Auszahlung durch Foodora bei Vorabbezahlung per Kredit- oder EC-Karte in Deutschland steuerrechtlich nicht eindeutig geklärt sei.

Neben den regulären Fahrerinnen und Fahrern gebe es zudem noch die „rider captains“, die auch Essen ausliefern, gleichzeitig aber kleine Gruppen von Fahrerinnen und Fahrern betreuen. In einer WhatsApp-Gruppe kommunizieren diese Fahrerinnen und Fahrer und der „rider captain“ miteinander und tauschen sich aus. „Rider captains“ verdienen einen Euro pro Stunde mehr als reguläre Fahrerinnen und Fahrer. Wenn es in einer Gruppe Probleme oder unentschuldigte Fehlzeiten gebe,

sei der „rider captain“ der erste Ansprechpartner. Die Gespräche fänden auf Basis der zur Verfügung stehenden Daten (aus den Apps) statt, und es gebe Guidelines, die den „rider captains“ zur Verfügung stünden. Die „rider captains“ könnten sich mit ihren Anliegen wiederum an die „senior rider captains“ wenden. Neue „rider captains“ würden von anderen „rider captains“ vorgeschlagen und empfohlen. Wer in seiner Gruppe eine für den Posten geeignete Person erkenne, könne sie als „rider captain“ vorschlagen. Als Maßnahme zum Teambuilding gebe es mehrmals im Jahr „team events“.

Eine wichtige Voraussetzung, um als FahrerIn oder Fahrer bei Foodora in Deutschland zu arbeiten, seien gute Deutsch- bzw. Englischkenntnisse. Außerdem benötigen die Fahrerinnen und Fahrer ein Smartphone sowie ein Fahrrad. Einige wenige (< 5 Prozent) liefern Essen mit dem Auto oder einem Roller aus. Diese Personen werden in der Regel bei größeren Lieferungen beauftragt. Eine weitere Voraussetzung sei ein verfügbares Arbeitszeitvolumen von wöchentlich mindestens zehn Stunden.

Bewertungen werden nur von den Kundinnen und Kunden abgegeben. Die Fahrerinnen und Fahrer haben keinen Einblick in diese Daten, genauso wenig die kooperierenden Restaurants oder die Kundschaft.

Neben den fahrradfahrenden Angestellten beschäftige Foodora noch etwa 400 Personen in den Büros, 250 bis 300 davon in Berlin, dem Headquarter für alle anderen Städte. Diese Beschäftigten seien in den Bereichen Logistik, Kundenservice, IT, Marketing, Verwaltung etc. tätig.

Von den Restaurants erhalte Foodora in der Regel 30 Prozent Provision. In seltenen Fällen werde davon abgewichen und eine etwas geringere Provision verhandelt, wenn ein Restaurant besonders viele Bestellungen bekomme und schon lange dabei sei.

Zu Beginn habe Foodora zwar wie die Konkurrenz mit Solo-Selbstständigen „experimentiert“, man sei aber schnell zu dem Schluss gekommen, dass dies nicht funktioniere, u. a. weil die Qualität gelitten habe.

Zudem wären Solo-Selbstständige in diesem Fall nach deutschem Recht scheinselfständig, da sie sehr klare Anweisungen von der Plattform erhielten und davon nicht abweichen könnten. Palluas Einschätzung nach hat das Modell, bei denen Plattformen mit Solo-Selbstständigen zusammenarbeiten, in Deutschland keine Zukunft. Der Zoll und die Deutsche Rentenversicherung hätten inzwischen erkannt, dass diese Geschäftsmodelle möglicherweise in einigen Punkten mit deutschem Recht nicht vereinbar seien.

Laura Esnaola, Geschäftsführerin der Care.com Europe GmbH – Betreut.de

Care.com ist nach eigenen Angaben mit rund 24 Millionen registrierten Mitgliedern die weltweit größte Vermittlungsplattform für Betreuungsdienstleistungen. Das Unternehmen wurde 2006 in den USA gegründet und ist mittlerweile in mehr als 20 Ländern aktiv. Care.com Europe hat seinen Sitz in Berlin und beschäftigt dort etwa 100 Personen in der Administration. Auf dem deutschen Markt ist die Plattform unter Betreut.de bekannt – die Übernahme von Betreut.de durch den Konkurrenten Care.com erfolgte im Jahr 2012, der Börsengang im Jahr 2014. Insgesamt hat die Plattform bisher knapp 157 Millionen Dollar an Risikokapital erhalten.

Die Zahl der auf der Plattform registrierten Betreuungskräfte belaufe sich für Berlin auf ca. 40.000, davon etwa 25.000 im Bereich Kinderbetreuung. Überwiegend seien Frauen angemeldet, der Männeranteil betrage lediglich fünf Prozent. Um sich auf Betreut.de zu registrieren, hätten Betreuerinnen und Betreuer die Wahl zwischen einem Premium-Abo in Höhe von monatlich ca. zehn Euro und einem kostenlosen Account. Das Premium-Abo erlaube den Betreuungskräften, ein umfangreiches Profil anzulegen. Außerdem erschienen sie bei der Suche weiter oben als Betreuungskräfte mit kostenlosem Konto. Es wird empfohlen, Dokumente wie Zertifikate, Referenzen und Führungszeugnisse auf der Plattform hochzuladen und den Familien zur Einsicht zur Verfügung zu stellen. Dies sei keine Voraussetzung für die Registrierung auf der Plattform, erhöhe aber die Chancen, einen Auftrag zu erhalten. Eine abgeschlossene Ausbildung sei keinesfalls

erforderlich, es gebe jedoch durchaus ausgebildete Erzieherinnen und Erzieher, die als Solo-Selbstständige über Betreut.de Aufträge akquirierten.

Familien oder Personen, die eine Betreuungskraft suchen, zahlen einen monatlichen Beitrag in Höhe von ca. 35 Euro. Eine Provision werde darüber hinaus nicht fällig.

Vermittelt werden Kinderbetreuung, hausnahe Dienstleistungen, Seniorenbetreuung und die Betreuung von Tieren. Familien können Gesuche aufgeben, Betreuungskräfte können ihre Dienstleistungen anbieten und beide Parteien können Angaben hinsichtlich des Preises bzw. der gewünschten Entlohnung für die Dienstleistung machen. Die ausgehandelte Höhe der Entlohnung liege nicht im Ermessen der Plattform. Betreut.de halte sich aus diesem Aushandlungsprozess sowie aus der Transaktion heraus und spreche lediglich die Empfehlung aus, nicht weniger als den gesetzlichen Mindestlohn anzusetzen bzw. zu zahlen. Familien und Betreuungskräfte können jedoch einsehen, wie hoch die Entlohnung durchschnittlich für ihren Stadtteil und die entsprechende Dienstleistung sei. Dieser Durchschnittswert diene als Orientierung. Zusätzlich stelle die Plattform Verhandlungstipps für die Betreuungskräfte und die Familien bereit.

Beide Parteien würden die Erwartungshaltung bzgl. des Honorars kennen, wenn sie einander kontaktieren. Welche Stundenlöhne am Ende tatsächlich gezahlt würden, wisse Betreut.de nicht. Es sei jedoch bekannt, dass zum Beispiel Tierbetreuung teilweise auch mit fünf Euro pro Stunde vergütet werde, da davon ausgegangen werde, dass die Betreuungskräfte mehrere Hunde gleichzeitig ausführen oder aber eine Ganztagsbetreuung/Übernachtung der Tiere häufig auch pauschal vergütet wird. Für Senioren- und Kinderbetreuung würden durchschnittlich zwischen neun und zwölf Euro gezahlt, es gebe jedoch auch Betreuungskräfte, die das Zweifache oder Dreifache verdienten.

Auf Betreut.de können Familien ihre Betreuungskräfte bewerten. Einige Familien nehmen diese Möglichkeit bewusst nicht in Anspruch, um einen „Werbeeffekt“ zu vermeiden:

Wer eine gute Betreuungskraft gefunden habe, gebe sie nicht gerne wieder her und verzichte deshalb auf gute Bewertungen. Negative Bewertungen führten nur dann zu einem Ausschluss der Betreuungskraft, wenn es sich um gravierende Verstöße handele. Die Bewertung von Familien durch Betreuungskräfte befinde sich derzeit in der Testphase. Beide Nutzergruppen hätten die Möglichkeit, zweifelhafte Mitglieder zu melden. Diese würden daraufhin vom firmeneigenen Kundenservice überprüft und ggf. von der Plattform ausgeschlossen.

Auch Unternehmen zählen zu den Kunden von Betreut.de. So ermögliche beispielsweise das Unternehmen Bosch seinen Beschäftigten einen kostenlosen Zugang zur Plattform, so dass potenzielle Engpässe bei der Betreuung von Angehörigen aufgefangen werden können.

Esnaola fordert höhere Steuerentlastungen für haushaltsnahe Dienstleistungen, um den Schwarzmarkt einzudämmen. Nur wenn Privathaushalte mehr steuerliche Anreize erhielten, eine Betreuungskraft legal anzustellen, könne diese mit dem Schwarzmarkt konkurrieren.

Enno Kuntze, Geschäftsführer der massagio GmbH

Die massagio GmbH ist eine Plattform, über die Kundinnen und Kunden online Massagen für zu Hause und im Unternehmen buchen können. Deutschlandweit sind 700 Selbstständige über massagio aktiv, 120 davon in Berlin. Der Frauenanteil beträgt etwa 50 Prozent – Tendenz steigend, da die Mehrheit der Kundinnen und Kunden lieber von Frauen behandelt werden möchte. In der Berliner Zentrale arbeiten zudem 20 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte.

Durchschnittlich, so Kuntze, arbeiten die Physiotherapeut/innen, Heilpraktiker/innen, Masseur/innen, medizinischen Bademeister/innen und Wellness-Masseur/innen fünf Stunden in der Woche. Der Stundenlohn liege bei 45 Euro, eine einstündige Massage könne man ab 69 Euro buchen. Masseurinnen und Masseur verdienen auf diese Weise monatlich zwischen 200 und 2.000 Euro über die Plattform.

Um über massagio arbeiten zu können, bedürfe es zunächst einer online-Bewerbung. Darauf folge ein telefonischer Profilagegleich, mittels dessen sich massagio vergewissere, dass die Bewerberinnen und Bewerber ausreichende Deutschkenntnisse hätten und sich über die Arbeitsform im Klaren seien. Nach einem erfolgreichen persönlichen Bewerbungsgespräch führten die Bewerberinnen und Bewerber eine Probemassage beim sogenannten „Head Therapist“ durch. Der „Head Therapist“ sei ein/e besonders loyale/r Masseur/in und simuliere eine Kundensituation für die Bewerberin oder den Bewerber.

Sobald eine Kundin oder ein Kunde eine Massage gebucht habe, werde die Anfrage per E-Mail, SMS und in Zukunft auch per App an die Masseurinnen und Masseur in der jeweiligen Stadt weitergeleitet. Die Selbstständigen könnten die Anfrage dann nach dem „First come, first serve“-Prinzip bestätigen oder ignorieren. Sie hätten grundsätzlich auch die Möglichkeit, in einem Abwesenheitskalender Zeiträume einzutragen, in denen sie nicht zur Verfügung stünden – in dieser Zeit bekämen sie auch keine Anfragen. Die Nutzung des Kalenders sei freiwillig. Kuntze betont, dass die Masseurinnen und Masseur diese Erwerbsform einem klassischen Angestelltenverhältnis aus Flexibilitätsgründen vorziehen. „Natürlich stellt uns diese Methode hin und wieder vor Herausforderungen in Bezug auf die Kapazitätsplanung, aber auch das ist machbar und aus unserer Sicht die einzig partnerschaftlich orientierte Art, mit Selbstständigen zu kooperieren.“ Grundsätzlich gebe es bei massagio keine Mindestanzahl an Aufträgen, die angenommen werden müssten.

Die Motivation der Masseurinnen und Masseur, über massagio Aufträge anzunehmen, sei unterschiedlich. So hätten einige von ihnen eigene Praxen, die aber zeitweise nicht ausgelastet seien. Andere wiederum seien lediglich nebenberuflich als Masseurinnen und Masseur tätig. Und wieder andere seien beispielsweise als Physiotherapeutin in Teilzeit angestellt und verdienten sich über massagio etwas dazu. Und schließlich gäbe es Solo-Selbstständige, die einige ihrer Aufträge über die Plattform erhielten. Besonders Frauen arbeiteten und buchten gerne über

massagio, weil es ihnen ein Sicherheitsgefühl gäbe, zu wissen, dass bei der Plattform die entsprechenden Daten der Kundschaft und der Masseurinnen oder Masseur hinterlegt sind. Massagio plant, einige der derzeit Solo-Selbstständigen künftig sozialversicherungspflichtig zu beschäftigen.

Enno Kuntze berichtet, dass massagio – wie andere Vermittlungsplattformen auch – hin und wieder mit dem Phänomen des „market place leakage“ zu kämpfen hat. Dabei würde die Plattform nach einer vorherigen erfolgreichen Vermittlung umgangen, so dass Kundinnen und Kunden nicht mehr über die Plattform buchen, sondern direkt beim Dienstleister. Die Provision für massagio entfalle in diesem Fall. Kuntze verweist jedoch auf die vertraglichen Regelungen, nach denen sich massagio vorbehält, den Masseurinnen und Masseuren Strafzahlungen aufzuerlegen, sobald nachgewiesen ist, dass die Plattform umgangen wurde.

Die Kundinnen und Kunden können die Dienstleistung der Masseur und Masseurinnen auf der Plattform auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten, wobei 5 dem besten Wert entspricht. Sobald sich ein Durchschnittswert von unter 4 Sternen ergibt, bittet die Plattform zu einem Gespräch, in dem evaluiert wird, wie es zu den schlechter werdenden Bewertungen kommt. Umgekehrt wird derzeit die Bewertung der Kundschaft durch die Masseurinnen und Masseur getestet.

Kuntze ist davon überzeugt, dass es künftig mehr und mehr Selbstständige geben wird, die spezielle Dienstleistungen anbieten. Ob sich das in der Gig Economy vorherrschende Geschäftsmodell langfristig durchsetzen werde, sei von der angebotenen Dienstleistung abhängig. Qualifizierte Dienstleistungen seien eher für das Geschäftsmodell geeignet als weniger qualifizierte Dienstleistungen.

Zur Unterstützung der Gig Economy sei eine Aufweichung der Kriterien zur Scheinselbstständigkeit wünschenswert, damit Plattformen die Möglichkeit bekommen, ihrer Kundschaft sowie den Selbstständigen einen noch höheren Nutzen zu bieten. Kuntze betont, dass sich insbesondere die Dienstleisterinnen und Dienstleister ein arbeitnehmerähnli-

ches Verhältnis wünschen, ohne auf die Flexibilität verzichten zu müssen, welche die Selbstständigkeit bietet.

5.2 Sichtweise von Berliner Gigworkern, Interessenvertretungen und Gewerkschaften

Akshat Dube, ehemaliger Foodora-Kurier

Akshat Dube ist 23 Jahre alt und studiert an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin im Master of Business Administration. Seit September 2016 lebt er in Berlin, von Dezember 2016 bis März 2017 arbeitete er als Fahrer bei Foodora.

Auf Foodora ist er durch einen Kommilitonen im höheren Semester aufmerksam geworden. Zwei Tage nach der Online-Registrierung wurde er von Foodora kontaktiert. Nach einem kurzen Bewerbungsgespräch hatte Dube die Wahl zwischen einem Minijob, einem Midijob und einer Vollzeitstelle. Nach der Nennung seiner Sozialversicherungsnummer bekam er einen Vertrag mit Foodora. Anfangs arbeitete er in der vorlesungsfreien Zeit sechs Stunden am Tag (36 Stunden in der Woche), später reduzierte er seine Arbeitszeit auf viereinhalb Stunden pro Tag (27 Stunden in der Woche).

Motiviert wurde Akshat Dube dadurch, dass er sich in Berlin noch nicht auskannte. Anstatt einen Job als Kellner in einem Café anzunehmen, entschied er sich bewusst für den Job auf dem Fahrrad, durch den er Berlin schnell gut kennenlernte. Hinzu kam, dass einige seiner neuen Freunde ebenfalls für Lieferdienste tätig waren. Dube schätzte außerdem die zeitliche Flexibilität und dass er sich seine Schichten aussuchen konnte.

Die Schichtpläne sind für die Fahrerinnen und Fahrer online einsehbar. Dube konnte sich die Schichten eine Woche im Voraus aussuchen. Es war zudem möglich, abseits dieses eine Woche zuvor feststehenden Zeitplans kurzfristig eine Schicht zu wechseln, indem er sich telefonisch bei der Zentrale meldete.

Foodora zahle von Montag bis Freitag neun Euro pro Stunde, an Wochenenden zehn Euro [seit April 2017 fällt der Wochenendzu-

schlag weg, Anm. d. Red.]. Dies sei so gehandhabt worden, weil die Auftragslage am Wochenende sehr hoch sei. Während Dube zu Beginn in einer Sechs-Stunden-Schicht etwa vier Aufträge erledigen konnte, waren es zuletzt an den Wochenenden bis zu 18 Aufträge pro Schicht. Das Trinkgeld belaufe sich auf etwa ein oder zwei Euro pro Auftrag. Dass Kundinnen und Kunden eine Liefergebühr in Höhe von 2,50 Euro zahlen, war ihm nicht bewusst.

Nachdem Dube im Winter auf dem Weg zu einem Kunden auf glatter Straße stürzte, war er eine Woche lang arbeitsunfähig. Foodora zahlte rechtmäßig weiter Gehalt an den krankgeschriebenen Fahrer. Das Unternehmen berechnet dafür die individuelle Arbeitszeit der Fahrerin bzw. des Fahrers der letzten drei Wochen. Darauf basierend erfolgt die Lohnfortzahlung.

Clemens Melzer, Pressesekretär der Freien Arbeiterinnen- und Arbeiter-Union Berlin

Die Freie Arbeiterinnen- und Arbeiter-Union (FAU) ist eine 1977 gegründete, unabhängige Basisgewerkschaft. Derzeit hat die FAU Berlin etwa 500 Mitglieder.

Clemens Melzer ist Mitinitiator des deutschen Ablegers der Kampagne „Deliverunion“, die Fahrerinnen und Fahrer von Foodora und Deliveroo organisiert. Nachdem in Großbritannien und Italien die Kurierinnen und Kuriere bereits im Sommer und Herbst 2016 gegen ihre Arbeitsbedingungen protestierten, fordern seit April 2017 auch die Fahrerinnen und Fahrer in Berlin bessere Modalitäten. Ihr Forderungskatalog enthält fünf Punkte: Eine Lohnerhöhung von einem Euro pro Stunde für Angestellte und pro Auftrag für Selbstständige; eine bezahlte Stunde pro Woche für die Schichtplanung; die Übernahme von Reparaturkosten für Fahrrad und Smartphone; Transparenz über die geleisteten Arbeitsstunden; eine monatliche Mindeststundenzahl.

Die Mitglieder der FAU haben sich bewusst gegen die Wahl von Betriebsräten entschieden, weil damit die selbstständigen Deliveroo-Fahrerinnen und -Fahrer ausgeschlossen worden wären und weil angesichts der hohen Zahl an Befristungen das Risiko als zu hoch

eingeschätzt wurde, dass gewerkschaftlich organisierten Betriebsräten die Verträge nicht verlängert werden könnten. Stattdessen setze die FAU auf die Selbstorganisation der Mitglieder.

Melzers Meinung nach sind vier Gründe entscheidend dafür, dass sich die Kurierinnen und Kuriere organisieren konnten. Zum einen kämen viele der Fahrerinnen und Fahrer aus dem Ausland – auch aus Ländern, in denen die Proteste bereits im letzten Jahr begonnen haben. Sie seien also nicht nur untereinander vernetzt, sondern auch in andere Länder. Darüber hinaus seien sie ohnehin oft bereits Teil der Fahrrad-Community, so dass es eine hohe Identifikation und Solidarität untereinander gebe. Weitere Faktoren für die gelungene Organisation seien außerdem die hohe Sichtbarkeit der Kurierinnen und Kuriere im Straßenverkehr – man erkennt sich und kommt miteinander ins Gespräch –, sowie die Technologie, die die Plattformen verwenden. Die Kommunikation der Kleingruppen erfolge u.a. über WhatsApp und Facebook und könne problemlos in private Chats verlagert werden.

Politische Handlungsbedarfe hinsichtlich der internetbasierten Vermittlungsplattformen sieht Melzer in einer Erhöhung des gesetzlichen Mindestlohns, die auch einigen in der Gig Economy tätigen Personen zugutekäme. In Bezug auf das Thema Schwarzarbeit sei mehr Kontrolle hingegen keine Lösung, solange es die Schwarzarbeiterinnen und Schwarzarbeiter seien, die kriminalisiert werden. Um eine nachhaltige Verbesserung von Arbeitsbedingungen zu erreichen, sei die Selbstorganisation der Arbeiterinnen und Arbeiter stets das wichtigste und erfolgversprechendste Mittel. So sei auch die Selbstorganisation von Solo-Selbstständigen durchaus möglich. Dies könne bis hin zur Gründung eines Kollektivbetriebs führen. Melzer nennt in diesem Zusammenhang den Kollektivbetrieb „Fahrwerk – Berliner Kurierkollektiv“, der 2009 von Kurierinnen und Kurieren gegründet wurde mit dem Ziel, die eigenen Arbeitsbedingungen zu verbessern.

Darüber hinaus kritisiert Melzer die hohen Gerichtskosten, die anfallen, wenn Beschäftigte oder Selbstständige ihre Löhne einklagen

müssen. Die hohen finanziellen wie zeitlichen Aufwendungen seien für viele potenzielle Klägerinnen und Kläger ein Grund, von einer Klage abzusehen.

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

Seit dem Jahr 2000 verfügt die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) über das Referat Selbstständige; die mediafon GmbH ist der Beratungsservice von ver.di für Solo-Selbstständige. Seit ein Onlinemagazin Anfang des Jahres 2016 ein Streitgespräch zwischen dem Gründer der Plattform Helping, Benedikt Franke, und der ver.di-Referentin Nadine Müller (Bereich Innovation und Gute Arbeit) initiiert hat, steht die Gewerkschaft in Kontakt mit der Vermittlungsplattform für Reinigungsdienstleistungen. Gespräche mit den solo-selbstständigen Reinigungskräften der Plattform haben bisher noch nicht stattgefunden.

ver.di zeige sich durchaus offen für die Beratung von Gigworkern, allerdings hätten die betroffenen Personen bisher kaum Interesse an einem Austausch gezeigt. Zur Stärkung der Organisation von Solo-Selbstständigen brauche es einerseits eine Art „Berufsbewusstsein“, welches bei Gigworkern vermutlich nicht besonders stark ausgeprägt sei, da es an der Identifikation mit dem jeweiligen Job mangle. Andererseits sei stets ein gewisses Konfliktpotenzial notwendig, damit sich Erwerbstätige organisierten.

Um solo-selbstständig tätig zu sein, müsse echtes unternehmerisches Handeln vorhanden sein – dieser Aspekt fehle jedoch zwangsläufig, wenn es keine Verhandlungs- bzw. Marktmacht gegenüber den Auftraggeberinnen und Auftraggebern gäbe. Wenn Gigworker nicht über die Konditionen der Gigs verhandeln können, sei selbstständiges unternehmerisches Handeln nicht möglich. Darüber hinaus erhielten solo-selbstständige Gigworker oft ein zu geringes Honorar, mit dem es kaum möglich sei, sich ausreichend zu versichern. Zudem handele es sich oft um Tätigkeiten, für die es keine spezielle oder lange Ausbildung brauche, entsprechend seien Gigworker eher austauschbar und auch

daher in einer schlechten Verhandlungsposition. Haake betont, es müsse stets einen sinnvollen, fachlichen Grund geben, eine Arbeit in Selbstständigkeit auszuführen; in manchen Bereichen sei eine Erwerbstätigkeit in diesem Status daher kaum sinnvoll.

Faire Arbeitsbedingungen könnten auch in der Gig Economy etabliert werden, wenn Plattformen auf Mitbestimmung und Transparenz setzten – so sollten zum Beispiel auch die Algorithmen, durch die die Aufträge vergeben werden, für die Erwerbstätigen einsehbar sein. „Soziale Mindeststandards sind essentiell für einen fairen Wettbewerb“, so Haake. Auch eine Erwerbstätigenversicherung mit Beteiligung der Plattform sei denkbar, ebenso wie die Plattform als Genossenschaft.

Politischen Handlungsbedarf sieht Haake in Hinblick auf das Thema Scheinselbstständigkeit. So habe es zwar bereits einen Referentenentwurf für einen Kriterienkatalog zur Scheinselbstständigkeit gegeben, dieser wurde jedoch verworfen. Nicht zuletzt für die Gig Economy seien eindeutige Kriterien der Scheinselbstständigkeit jedoch wichtig. Darüber hinaus plädiert Haake für eine Rentenversicherungspflicht für alle Erwerbstätigen, also auch Solo-Selbstständige. Bei der Umsetzung sei jedoch auf Lebenslagen zu achten und durch Maßnahmen wie Auftraggeberbeteiligung und Übergangsfristen sicherzustellen, dass die Versicherungspflicht nicht zu einer einseitigen Überforderung der gering verdienenden Selbstständigen führe.

5.3 Sichtweise der Geschäftskundschaft

Christina Kalaitzis, Pflegedienstleitung der Residenz Ambiente

Die Berliner Pflegeeinrichtung Residenz Ambiente kooperiert seit Ende 2016 mit einer online Vermittlungsplattform für Betreuungsdienstleistungen. Da die Bewohnerinnen und Bewohner lediglich eine Stunde pro Woche Anspruch auf Betreuung durch die Einrichtung haben, und viele Pflegebedürftige und Angehörige sich mehr Betreuungszeit wünschten, hatte die Pflegedienstleitung im Internet nach alternativen Betreuungsange-

boten gesucht. Dabei war sie auf mehrere Plattformen gestoßen und hat sich in der Folge für das nach ihrer Einschätzung beste Preis-Leistungs-Verhältnis entschieden.

Nach einem Telefonat kam zeitnah ein Mitarbeiter der ausgewählten Plattform in die Einrichtung und führte ein einstündiges Gespräch mit jeder bzw. jedem Pflegebedürftigen, um deren Interessen zu ermitteln. Erfragt wurden dabei neben bevorzugten Freizeitaktivitäten auch kulturelle Vorlieben. Kalaitzis berichtet, dass die Plattform darauf achtet, dass die Betreuungskräfte zu den Pflegebedürftigen passen und sich anregend mit ihnen unterhalten können.

Pro Stunde fallen für die Dienstleistung 15 bis 18 Euro an, die von den Pflegebedürftigen bzw. Angehörigen übernommen werden. Der Preis pro Stunde richtet sich nach der Qualifikation der Betreuerinnen und Betreuer. So gebe es Personen, die Erfahrung mit Demenzerkrankten haben – diese Betreuungskräfte erhalten 18 Euro pro Stunde. Die Residenz Ambiente hat ein spezielles Angebot mit der Plattform ausgehandelt, so dass die ersten drei Stunden pro Bewohner/in kostenfrei sind.

Dass es sich bei den Betreuerinnen und Betreuern um Solo-Selbstständige handelt, ist Kalaitzis bewusst. Sie nutzt das Angebot der Plattform, um eigene Beschäftigte zu entlasten und den Bewohnerinnen und Bewohnern ein besseres Angebot zu unterbreiten. Viele Beschäftigte der Pflegeeinrichtung haben bis vor ein paar Monaten ganz selbstverständlich auf dem Heimweg noch Dinge für die Pflegebedürftigen besorgt, was hinsichtlich der Versicherung problematisch war und hin und wieder zu viel wurde. Dieses Problem sei nun gelöst, weil solche Besorgungen nicht mehr von Pflegekräften, sondern von über die Plattform vermittelten Betreuungskräften übernommen werden.

Kalaitzis betonte, dass es in ihrer Einrichtung derzeit keinen Personalmangel im Bereich der Betreuung gebe – das Angebot der Plattform sei lediglich ein Zusatzangebot, das von den Pflegebedürftigen und den Angehörigen gerne angenommen werde. Zudem ermögliche es den Pflegekräften, sich auf ihre Kernaufgaben zu konzentrieren.

Geschäftsführerin eines Restaurants in Berlin, anonym

Das Restaurant mit sieben Beschäftigten arbeitet mit den Essenslieferdiensten Deliveroo, Foodora und Lieferando zusammen. Zur Kooperation kam es, nachdem im Jahr 2015 mehrere Kundinnen und Kunden nach einem Lieferservice gefragt hatten. Daraufhin gab es zunächst die Überlegung, einen eigenen Lieferservice anzubieten, indem eine Fahrerin oder ein Fahrer eingestellt wird. Dies erwies sich jedoch als nicht wirtschaftlich. Kurz darauf kam Deliveroo auf das Restaurant zu und bot eine Zusammenarbeit an, Foodora und Lieferando folgten im Jahr 2016.

Neben dem Servicewunsch der Kundschaft war für das Restaurant auch der Werbeeffect der Lieferdienstplattformen ein Grund, sich auf die Zusammenarbeit einzulassen. Durch die Platzierung auf den Plattformen seien einige Kundinnen und Kunden erst auf das Lokal aufmerksam geworden. Der erzielte Umsatz sei eher nebensächlich und nicht essentiell, man wolle nicht von den Lieferdiensten abhängig werden.

Die Provision der Plattformen betrage 30 Prozent. Bei einer Bestellung in Höhe von 20 Euro erhalte das Restaurant demnach 14 Euro. Während es bei Deliveroo möglich sei, die Speisen teurer anzubieten als im Lokal, gäbe es diese Option bei Foodora nicht: Die Preise für die Speisen und Getränke, die über diesen Lieferdienst bestellt werden, dürfen nicht von denen vor Ort abweichen. Die Geschäftsführung des Restaurants habe sich daraufhin dazu entschieden, die Preise im Lokal leicht anzuheben, um keine Verluste zu machen.

Die Plattformen geben den Restaurants einen Zeitrahmen vor, in dem das Essen fertig sein muss. Vom Zeitpunkt der Bestellung bis zur Fertigstellung des Essens sollten maximal 20 Minuten vergehen. In der Vergangenheit sei es vorgekommen, dass dieser Zeitrahmen aus verschiedenen Gründen nicht eingehalten werden konnte, woraufhin einer der Lieferdienste angekündigt hat, dem Restaurant diese Zeit zusätzlich zu den 30 Prozent Provision in Rechnung zu stellen. Die Geschäftsführung weigerte sich jedoch, diese zusätzlichen Zahlungen zu tätigen. Auch

war sie nicht dazu bereit, Druck auf ihre Beschäftigten auszuüben, um die von der Plattform vorgegebene Zeit einzuhalten. „Uns ist es wichtig, dass unsere Beschäftigten sich wohlfühlen und gerne hier arbeiten, wir wollen sie langfristig an uns binden – das funktioniert nicht, wenn sie in der Küche unter enormem Zeitdruck stehen!“ Schließlich wurde mit dem Lieferdienst ein Zeitfenster von 30 Minuten ausgehandelt, um eine Kooperation aufrechterhalten zu können.

Infolge des Streiks der Fahrerinnen und Fahrer von Deliveroo und Foodora im April dieses Jahres verzeichnete das Restaurant einen deutlichen Einbruch bei den Essensbestellungen über die Plattformen. Die erfahrene Gastronomin erklärt sich dieses Kundenverhalten unter anderem damit, dass eine Zeitlang unklar schien, ob sich durch den Streik die Preispolitik der Plattformen ändern könne. „Die Kundinnen und Kunden befürchteten, dass die Lieferung sie plötzlich bis zu fünf Euro kosten könnte.“ Die Restaurantbesitzerin kritisiert die geringe Zahlungsbereitschaft der Kundschaft für die Dienstleistung und wünscht sich eine Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden dafür, dass besonderer Service auch Kosten und Arbeit einen Wert habe.

Letztere haben die ehemals Solo-Selbstständigen inzwischen angestellt. Ein weiterer Plattformvertreter denkt über eine Festanstellung einiger Solo-Selbstständiger nach. Diese Entwicklung spiegelt erneut die hohe Dynamik der Gig Economy wider.

Als große Herausforderung erwies sich die Suche nach Gigworkern – hier wurden aufgrund ihrer starken Sichtbarkeit auf den Berliner Straßen Fahrerinnen und Fahrer von Essenslieferdiensten für Gespräche angefragt. Betreuungskräfte, Reinigungskräfte und andere Gigworker konnten jedoch aufgrund der eingeschränkten Erreichbarkeit nicht für Interviews gewonnen werden.

Für Geschäftskundinnen und Geschäftskunden erweisen sich die Plattformen mit ihren flexiblen Gigworkern als willkommene und flexible Ergänzung zum Alltagsgeschäft, keines der befragten Unternehmen stufte diese Ergänzung jedoch als maßgeblich zum Umsatz beitragend ein.

5.4 Erkenntnisse aus den Interviews

Die Auswahl der Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner erfolgte auf Basis von Recherchen zur Gig-Economy-Landschaft in Berlin. Besonders auf Seiten der Plattformen war die Bereitschaft zum Gespräch in einigen Fällen verhalten, dies zeigte sich vor allem bei jüngeren Unternehmen, die den Austausch mehrheitlich ablehnten. Dennoch konnten fünf Geschäftsführungen aus vier Branchen (Gebäudereinigung, Lieferdienste, Betreuung, therapeutische Maßnahmen) für einen Austausch gewonnen werden. Einige der befragten Geschäftsführungen sind überzeugt von dem Geschäftsmodell, bei dem mit Solo-Selbstständigen kooperiert wird, zwei Plattformvertreter hingegen sind der Meinung, dass dieses Geschäftsmodell in Deutschland aufgrund des rechtlichen Rahmens nicht funktioniert bzw. zwingend mit einer Scheinselbstständigkeit einhergeht.

6. Ergebnisse der Workshops

In zwei thematisch aufeinander aufbauenden Workshops im Juni und Juli 2017 wurden mit sechzehn Vertreterinnen und Vertretern der Plattformen, der Gewerkschaften, der Wissenschaft, sowie der Berliner Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales zunächst die unterschiedlichen Perspektiven und die Chancen und Potenziale zum ortsabhängigen Gigworking in Berlin erörtert und anschließend die wesentlichen Handlungsfelder zur Gestaltung fairer Arbeit ausgemacht. Fünf Themenfelder erwiesen sich dabei als zentrale Herausforderungen in der Diskussion um die Arbeitsbedingungen: der allgemeine Status der Gigworker, faire Entlohnung, Interessenvertretung, die Frage nach den Qualifikationen und Bewertungen von Gigworkern sowie die Aufklärung der Auftraggeberinnen und Auftraggeber bzw. der Konsumentinnen und Konsumenten.

Die im Folgenden zusammengefassten Diskussionen der Workshops zeigen, dass sich mehrere große Themenkomplexe quer durch alle Sektoren der Gig Economy ziehen und deshalb eine branchenübergreifende Auseinandersetzung mit dem Phänomen notwendig ist. Es wird deutlich, dass mögliche Chancen und Herausforderungen der Gig Economy je nach Branche sehr unterschiedlich sind. Das gilt insbesondere in Hinblick auf die benötigten Qualifikationen und persönlichen Vorteile und Risiken der Gigworker. So sind die Lieferdienste von Faktoren wie Verkehr, Wetter und Jahreszeiten betroffen, während die zwischenmenschliche Interaktion gering, jeder Auftrag sehr kurz, und die Möglichkeit der Überwachung und Kontrolle durch die Plattform relativ hoch ist. Bei den Betreuungsdiensten ist dies eher umgekehrt; hier sind Vertrauenswürdigkeit, Empathie und gute Sprachkenntnisse ungleich wichtiger.

6.1 Chancen, Potenziale und Herausforderungen von Gigwork

Bei der Erfassung der Chancen, Potenziale und Herausforderungen von Gigwork durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops wurden zunächst die Perspektiven der Gigworker, der Kundschaft als Auftraggeberinnen und Auftraggeber, sowie der Geschäftskundschaft berücksichtigt. In der

Diskussion wurden jedoch auch die Herausforderungen der Plattformen deutlich, die deshalb an dieser Stelle ebenfalls erwähnt werden. Da für die Kundschaft und die Geschäftskundschaft ähnliche Punkte genannt wurden, werden diese im Folgenden in einem Unterkapitel zusammengefasst.

6.1.1 Perspektive der Gigworker

Für die meisten Gigworker handelt es sich um eine überbrückende Tätigkeit bzw. um einen vorübergehenden, gelegentlichen, ergänzenden Zuverdienst. Viele genießen die Flexibilität der losen Arbeitseinsätze, denn sie ermöglicht es ihnen, je nach Bedarf neben dem Studium, der Familienarbeit oder einem anderen Job zu arbeiten. Insbesondere bei den Liefer- und Reinigungsdiensten ist die Fluktuation der Arbeitskräfte sehr hoch, wobei die Plattformvertreter betonen, sich um Kontinuität zu bemühen. Die meisten Gigworker bleiben nicht länger als ein halbes Jahr und arbeiten weniger als zwanzig Stunden die Woche. Nach Einschätzung der Plattformbetreiber in der Gebäudereinigung bevorzugen Arbeitskräfte, die 35 bis 40 Stunden die Woche erwerbstätig sein wollen, eher die Schwarzarbeit, als dass sie sich bei einer Plattform anmelden.

Während bei den Betreuungsplattformen der Anteil der Frauen bei weit über 90 Prozent liegt und auch bei den Reinigungsdiensten 60 Prozent weiblich sind, überwiegt bei den Lieferdiensten der Anteil der Männer. Insbesondere weibliche Gigworker fühlen sich sicherer, wenn die Daten der Kundschaft bei der Plattform hinterlegt sind (so z.B. bei [massagio.de](https://www.massagio.de)). Im Gegensatz zu „regulären“ solo-selbstständigen Tätigkeiten werden zudem die geleisteten Stunden genau verzeichnet und in der Regel tatsächlich bezahlt. Wegfallende Aufträge für Gigworker können häufig über die Plattformen kompensiert werden, so dass eine Kontinuität des Verdienstes weitgehend erreicht wird.

Die Verfügbarkeit von Gigwork führt aber auch zu Zielkonflikten. So ist es bei den Lieferdiensten im Interesse der Kundschaft, dass es möglichst viele Fahrerinnen und Fahrer gibt, damit sie auch zu Spitzenbestellzeiten nicht lange auf ihr Essen warten muss.

Die Plattform wiederum geht kein Risiko ein, wenn die Fahrerinnen und Fahrer als Solo-Selbstständige pro Gig bezahlt werden, da sie nur tatsächlich ausgeführte Aufträge vergüten muss. Die Lieferantinnen und Lieferanten kritisieren hingegen eine zu hohe Anzahl an Fahrerinnen und Fahrern, da dies zu einer Verknappung von Schichten führt. Gerade bei gutem Wetter, wenn weniger Essen bestellt wird, sind mehr Kurierinnen und Kuriere unterwegs. In solchen Situationen sind die Gigworker gezwungen, die Schichten zu übernehmen, die verfügbar sind, um auf eine angestrebte Stundenanzahl zu kommen. Arbeitszeitsouveränität und Flexibilität der Arbeitszeit gehen verloren.

In Bezug auf den Kundenkontakt gestaltet sich Gigwork je nach Branche sowie persönlichen Fähigkeiten und Präferenzen sehr unterschiedlich. Bei den Lieferdiensten ist die Arbeit beispielsweise auch mit geringen Deutschkenntnissen möglich, da die soziale Interaktion mit den Auftraggeberinnen und Auftraggebern sowie mit dem Management auf ein Minimum reduziert ist. Besonders für Neu-Berlinerinnen und -Berliner aus dem europäischen Ausland sind die Gigs deshalb attraktiv. Bei dieser Gruppe der Gigworker besteht aber auch die Gefahr, dass sie ihre Rechte als Solo-Selbstständige bzw. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland wenig kennen. Die geringe soziale Interaktion kann außerdem dazu führen, dass die Gigworker in die soziale Isolation geraten, denn ein Austausch mit anderen Gigworkern ist nicht vorgesehen. Dies betrifft vor allem die „unsichtbaren“ Betreuungs- und Reinigungskräfte, die, anders als die Kurierinnen und Kuriere mit ihren auffälligen Rucksäcken, kaum miteinander in Kontakt kommen. Eine Selbstorganisation der Gigworker scheitert bereits an dieser Hürde.

6.1.2 Perspektive der Plattformen

Die Plattformen teilen sich auf in jene, die Aufträge an Solo-Selbstständige vermitteln und solche, die mit Angestellten arbeiten.

Einige Anbieter des letzteren Modells betonen, zwar Teil der Plattformökonomie, nicht jedoch der Gig Economy zu sein, weil sie ihre Arbeitskräfte nicht pro Gig bezahlen, sondern sozialversicherungspflichtig beschäftigen.

Diese Plattformen dürfen den Arbeitskräften genaue Anweisungen geben, sie fortbilden und das Tragen von Uniformen verlangen. Dafür ist die Arbeit durch den gesetzlichen Mindestlohn oder die tarifliche Bindung sowie durch die Lohnnebenkosten jedoch auch deutlich teurer. Außerdem lassen sich – anders als beim prototypischen Gigworking – die Such-, Warte- und Wegezeiten, sowie die Materialkosten nicht ohne weiteres auf die Arbeitskräfte verlagern.

Plattformen, die mit Solo-Selbstständigen zusammenarbeiten, können zwar die meisten Kosten und Risiken externalisieren, müssen sich dann aber konsequent auf ihre Vermittlungsrolle beschränken. Andernfalls droht die Gefahr, sich der verdeckten Arbeitnehmerüberlassung strafbar zu machen, was rückwirkend hohe Nachzahlungen von Sozialabgaben zur Folge haben kann. Weil diese Plattformen ihre Arbeitskräfte nicht weiterbilden und anweisen dürfen, haben sie stärker mit unzuverlässigen oder unqualifizierten Auftragnehmerinnen und Auftragnehmern zu tun. Minderwertige Arbeitsleistungen fallen dennoch eher auf die Plattformen zurück als auf die Gigworker.

Die Fluktuation ist bei diesen Plattformen in der Regel groß; als Herausforderung stellt sich die Balance zwischen Angebot und Nachfrage dar: Die Plattformen müssen genügend Aufträge vorweisen, um die Gigworker mit ausreichend Gigs zu versorgen, um sie nicht zu verlieren. Gleichzeitig darf die Nachfrage nach der Dienstleistung aber auch nicht zu hoch sein, weil sich sonst die Kundschaft abwenden könnte, wenn die Erledigung des Auftrags nicht zeitnah erfolgt.

Ein Problem für die Plattformen ist, dass nach einer erfolgreichen Vermittlung Kundschaft und Gigworker auch außerhalb der Plattform verhandeln können. Die Plattformen versuchen dem zu begegnen, indem sie Services wie Haftpflichtversicherung, Terminplanung und Rechnungsstellung bieten, und zudem für eine gute Auftragslage sorgen. Letzteres ist oft mit sehr hohen Werbe- und Marketingausgaben verbunden.

Die Positionen zur Beschäftigungsform gehen bei den Plattformen erwartungsgemäß

auseinander. Diejenigen, die mit Angestellten arbeiten, sind der Auffassung, dass dies auf die Dauer hinsichtlich Rechtssicherheit und Prozessqualität der einzig gangbare Weg ist. Einigkeit besteht darüber, dass mehr Klarheit und Rechtssicherheit im Hinblick auf den korrekten Status der Arbeitskräfte erforderlich ist. Die international operierenden Plattformen müssen sich in jedem Land auf eine andere Gesetzeslage einstellen und unterliegen anderen Abgaben und Regulierungen. Das trifft zwar auch auf traditionelle Unternehmen zu, die expandieren wollen, allerdings treffen sie dabei in den meisten Fällen auf eindeutige gesetzliche Regelungen.

Die digitalen Reinigungsdienste identifizieren den Mangel an qualifizierten Arbeitskräften als größtes Wachstumshemmnis. Es gebe sehr viele Bewerberinnen und Bewerber, aber es scheitere an deren sprachlichen Fähigkeiten, unzureichenden Qualitätsvorstellungen und der mangelnden Zuverlässigkeit. Beklagt werden zudem einerseits die viel zu geringe Zahlungsbereitschaft der Kundschaft und andererseits die hohen Lohnnebenkosten sowie die Konkurrenz auf dem Schwarzmarkt.

Besonders bei den Essenslieferdiensten gestalten sich die Stoßzeiten, in denen die Kundschaft sehr viel Arbeitsleistung in kurzer Zeitspanne einfordert, als Herausforderung. Auch die Reinigungsdienste sind mit diesem Problem vertraut. Einige Plattformen ziehen bereits das sogenannte „Surge Pricing“ im Stile von Uber in Erwägung. Dabei steigt der Preis einer Dienstleistung dynamisch und in Echtzeit mit der Nachfrage an.

6.1.3 Perspektive der privaten Auftraggeberinnen und Auftraggeber sowie der Geschäftskundschaft

Für die privaten Auftraggeberinnen und Auftraggeber bieten die neuen Dienstleistungsplattformen einen außerordentlich bequemen Zugang zu einem vormals sehr unübersichtlichen Markt. Früher haben sie auf der Suche nach Hilfe im Haushalt eher auf Mundpropaganda gesetzt und hatten viel weniger Auswahl und Sicherheit. Die Plattformen hingegen sind leicht erreichbar und verlangen je nach Sektor fachliche Qualifikationen und polizeiliche Führungszeugnisse, prüfen Deutschkenntnisse, führen vorab

Interviews durch, bieten Haftpflichtversicherungen und übernehmen die Zahlungsabwicklung.

Es lässt sich eine neue Lebenskultur beobachten, bei der sich Bevölkerungsgruppen Dienstleistungen „on demand“ leisten können, die vormals nicht erschwinglich waren. Dieses Phänomen geht auch einher mit einer wachsenden Entgrenzung der Arbeitszeit. Wegen eigener Mehrarbeit lässt man jemand anderes einkaufen, kochen und Pakete oder Essen nach Hause oder ins Büro liefern. Durch die Auslagerung an Gigworker können gestresste, besser bezahlte Berufstätige ein Stück Freizeit oder zusätzliche Arbeitszeit gewinnen.

Als Herausforderung wird die geringe Zahlungsbereitschaft von privaten Auftraggeberinnen und Auftraggebern insbesondere bei den haushaltsnahen Dienstleistungen bezeichnet. Dies ist nicht erst durch Gigwork so, denn es handelt sich hier um Tätigkeiten, die traditionell von weiblichen Familienangehörigen unbezahlt erledigt wurden, und stark von Schwarzarbeit geprägt sind. Diese beiden Faktoren bremsen offenbar die Zahlungsbereitschaft erheblich – sie liegt deutlich unter dem, was als angemessene Entlohnung bezeichnet werden kann. Es herrscht Uneinigkeit darüber, ob Gigwork das Problem nur sichtbar macht, es verstärkt, oder gar Schwarzarbeit verdrängt.

Die Plattformbetreiber monieren, dass viele Menschen eher bereit seien, für privaten Luxus Geld auszugeben als für faire Entlohnung. Es fehle das Bewusstsein für den Wert von Arbeit und die Bereitschaft, die damit verbundenen Kosten zu tragen. Oft mangle es auch an finanziellen Mitteln, um die gewünschten Dienstleistungen angemessen und nach Tarif zu bezahlen, so dass Kundinnen und Kunden sich besonders bei haushaltsnahen Dienstleistungen eher für Schwarzarbeit entscheiden. Schwarzarbeit sei immer die günstigere Alternative, allerdings unterlaufe sie die Lohnnebenkosten und erschwere daher die reale Preisgestaltung. Diese informelle Arbeit wird zwar durch die Plattformen auf unterschiedliche Weise formalisiert, wie die Betreiber stets betonen, doch sie fordern auch höhere Steuervergüns-

55 Vgl. Felser Rechtsanwälte und Fachanwälte (Hrsg.): *Felser Rechtslexikon* (online).

tigungen für haushaltsnahe Dienstleistungen, wie dies in Frankreich der Fall ist. Dort könnten der Kundschaft günstigere Preise angeboten werden, was einen Anreiz schafft, auf Schwarzarbeit zu verzichten.

Die gegenläufigen Qualitäts- und Preisvorstellungen der Auftraggeberinnen und Auftraggeber führen gerade bei den Reinigungsdienstleistungen zu einem Zielkonflikt: Um eine hohe Qualität der Ergebnisse zu sichern, müssten die Plattformen die Arbeitskräfte viel stärker kontrollieren, fortbilden und ihnen genaue Anweisungen geben. Mit dem für die Auftraggeberinnen und Auftraggeber kostensparenden Einsatz von Solo-Selbstständigen ist dies aber rechtlich unvereinbar.

Neben Privathaushalten gibt es auch Firmenkunden, die auf Gigwork zurückgreifen. Sie profitieren ebenfalls von der Aggregation des Angebots durch die Plattformen, und der damit verbundenen Preistransparenz. Personelle Engpässe sowie Belastungsspitzen können schnell und günstig ausglich werden.

6.2 Gestaltungsbedarfe

6.2.1 Arbeitsrechtlicher Status der Gigworker

Die Fragen nach dem arbeitsrechtlichen Status der Gigworker als solo-selbstständige Personen und den sich daraus ableitenden weitreichenden Konsequenzen für das Sozialversicherungssystem, sowie die Rechte und Pflichten aller Beteiligten werden einheitlich als besonders wichtig angesehen. Auch das Problem der Scheinselbstständigkeit wird von vielen Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern als vorrangig eingestuft. Die Zusammenarbeit mit Selbstständigen dürfe nicht preisgünstiger sein als die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. Ein Anstieg der Solo-Selbstständigkeit könne zu einem Preisverfall für die entsprechenden Dienstleistungen führen. Betriebe mit sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten können in dem Fall dem Wettbewerb nicht mehr standhalten.

Selbstständigkeit und Solo-Selbstständigkeit

Anders als in vielen anderen europäischen Ländern ist die Gruppe der Selbstständigen in Deutschland von den meisten Pflichtversicherungen ausgenommen. Dies geht zurück auf die Bismarckschen Sozialgesetze. Bis heute ist das System auf abhängig Beschäftigte, also auf Angestellte im sogenannten Normalarbeitsverhältnis, ausgerichtet. Häufig wird davon ausgegangen, dass Selbstständige vergleichsweise gut verdienen, sich deshalb selbst um ihre Vorsorge kümmern können und keinen kollektiven Schutz der Solidargemeinschaft benötigen. **Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer** sind grundsätzlich versicherungspflichtig in allen fünf Sozialversicherungszweigen, das heißt: Kranken-, Pflege-, Unfall-, Renten- und Arbeitslosenversicherung. **Selbstständige** sind lediglich verpflichtet, eine Krankenversicherung und eine Pflegeversicherung abzuschließen; zudem ist in manchen Branchen eine Berufshaftpflichtversicherung verpflichtend und einige Selbstständige sind sogar rentenversicherungspflichtig. **Arbeitnehmerähnliche Selbstständige**, die im Wesentlichen nur für eine Auftraggeberin oder einen Auftraggeber tätig sind, und selbst keine Beschäftigten haben, sind – oft, ohne es zu wissen – versicherungspflichtig in Bezug auf die Rentenversicherung, können sich aber auf Antrag davon befreien lassen.⁵⁵

In ihrer prototypischen Form nach dem Vorbild von Uber ist die Gig Economy auf **Solo-Selbstständige** ausgerichtet, also auf Personen, die eine selbstständige Tätigkeit allein, ohne angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausüben, die für verschiedene Auftraggeberinnen und Auftraggeber tätig und nicht weisungsgebunden sind. In Deutschland ebenso wie in vielen anderen Ländern, in denen die Gig Economy eine Rolle spielt, gibt es bereits Sammelklagen, in denen argumentiert wird, dass es sich bei den Gigworkern nicht um Solo-Selbstständige, sondern um **Scheinselbstständige** handelt, und sich die Plattformen deshalb der illegalen, verdeckten Arbeitnehmerüberlassung strafbar machen, weil sie durch eine falsche Klassifizierung der eigentlich versicherungs-

pflichtigen Beschäftigten die fälligen Beiträge zu den sozialen Sicherungssystemen umgehen.⁵⁶

Bei manchen Plattformen der Gig Economy deutet sehr viel darauf hin, dass die Gigworker tatsächlich Scheinselbstständige sind. In anderen Bereichen sind die Gigworker eindeutig Solo-Selbstständige, die jedoch dennoch mitunter so gering verdienen und unter so prekären Verhältnissen arbeiten, dass sie keine Mittel für die freiwilligen Versicherungen haben. Diese Personen müssen irgendwann durch die Grundsicherung des Sozialstaates aufgefangen werden, zumindest wenn die Tätigkeit als Gigworker kein vorübergehendes Phänomen, sondern zu einer fortdauernden Form der Existenzsicherung wird.

Die Solo-Selbstständigen in der Gig Economy verdienen abzüglich aller Betriebsausgaben, die sie selbst zu tragen haben, häufig weniger als den gesetzlichen Mindestlohn. Sie stellen unser bisheriges Sozialversicherungssystem deshalb ganz grundsätzlich auf die Probe, da sie schutzbedürftiger erscheinen als die weisungsgebundenen abhängig Beschäftigten.

Zugespitzt könnte man argumentieren, dass die auf Solo-Selbstständige ausgerichteten Plattformen der Gig Economy den Sozialstaat „aushebeln“, indem sie Verbraucherinnen und Verbrauchern Zugang zu einer organisierten Form der Arbeitnehmerüberlassung verhelpfen. Sie teilen sich mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Gewinne aus der Umgehung der Steuern bzw. Sozialabgaben. Die unternehmerischen und sozialen Risiken werden auf Gigworker und den Sozialstaat abgewälzt und die Kundschaft übernimmt die Rolle der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, ohne dass sich Letztere der damit einhergehenden Verantwortung bewusst wären. Vielmehr fühlen sie sich als Verbraucherinnen und Verbraucher. Ganz grundsätzlich kommt die Frage auf, inwieweit die Rentabilität der Gig Economy als Ganzes abhängig vom Status der Arbeitskräfte als Solo-Selbstständige ist, um überhaupt profitabel zu sein. Die großen Mengen Risikokapital, mit denen sich die Plattformen finanzieren, sind an hohe Renditeerwartungen der Investoren verknüpft. Es ist deshalb für manche Teilnehmerinnen und

Teilnehmer der Workshops denkbar, dass es sich bei der Gig Economy in ihrer heutigen Form um eine Spekulationsblase handelt, die platzt, sobald die sozialen Kosten in die Kalkulation einfließen.

Solo-Selbstständigkeit: Initiative Bund

In dem im März 2017 erschienenen Weißbuch *Arbeiten 4.0* des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales wird die Schaffung guter Rahmenbedingungen für Selbstständige hinsichtlich Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik als wichtige wirtschaftspolitische Aufgabe bezeichnet.⁵⁷ Zwar habe die Zahl der Solo-Selbstständigen in den letzten Jahren nicht zugenommen, doch es müsse beobachtet werden, ob die Digitalisierung der Arbeitswelt in Zukunft zu einem Anstieg der Solo-Selbstständigkeit führt.

Scheinselbstständigkeit

Von den vermeintlich selbstständigen Gigworkern ist ein nicht unwesentlicher Teil wahrscheinlich scheinselbstständig und/oder müsste als arbeitnehmerähnliche Selbstständige bzw. als arbeitnehmerähnlicher Selbstständiger bezeichnet werden.

Die Deutsche Rentenversicherung Bund verfügt über eine Clearingstelle, die mittels eines Statusfeststellungsverfahrens klärt, ob Personen abhängig Beschäftigte oder Selbstständige sind. Anträge zur Überprüfung können sowohl von Auftraggeberinnen und Auftraggebern als auch von den Gigworkern gestellt werden. Ein wesentliches Kriterium zur Klärung, ob eine Scheinselbstständigkeit vorliegt, ist die Weisungsgebundenheit; wer weisungsgebunden ist, gilt nicht als selbstständig.⁵⁸

Die Entscheidungen der Clearingstelle sind für alle Träger der gesetzlichen Sozialversicherung bindend; kritisiert wird, dass das Verfahren für die Antragstellerinnen und Antragsteller lang und potenziell teuer ist.

Soziale Absicherung

Die Plattformbetreiber wünschen sich mehr Klarheit bezüglich des korrekten Erwerbsstatus und den damit verknüpften Pflichtversicherungen. Wie man dies finanziert, sei separat davon zu diskutieren. Der derzeit international

⁵⁶ Vgl. Weil, David: „Lots of Employees Get Misclassified as Contractors. Here’s Why It Matters“, *Harvard Business Review*, 05.06.2017 (online).

⁵⁷ Vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.) (2017): *Arbeiten weiter denken – Weißbuch Arbeiten 4.0*, S. 166-176.

⁵⁸ Weitere Informationen zur Clearingstelle der Deutschen Rentenversicherung Bund erhalten Sie online.

erörterte Vorschlag, einen neuen Erwerb­stän­di­gen­sta­tus zwi­schen Selbst­stän­di­gen und Angestell­ten u.a. für Gigworker einzuführen, trifft auf Ablehnung besonders von Vertre­te­rin­nen und Vertre­tern der Gewerkschaften. Stattdessen brauche es ein einheitliches so­zia­les Ver­si­che­rungs­sys­tem, das alle ein­schlie­ßt. Angeregt wurde eine Entkopplung der sozia­len Absiche­rung von der Erwerbs­form bzw. eine sta­tusun­ab­hän­gi­ge Absiche­rung von Lebensrisiken durch die Einfüh­rung einer Bürgerversicherung. Diese solle zwar in erster Instanz weiterhin an die Erwerb­stän­di­gen gebunden sein, müsse aber auch dieje­ni­gen auffangen, die nicht arbeiten können.

Einheitliche Kategorien und eine Vereinfachung des Systems wünschen sich auch die Plattformen. Betreiber, die ganz bewusst nicht mit Solo-Selbstständigen arbeiten, wünschen sich eine konsequente Durchsetzung bestehender Regeln. Unabhängig davon dürften jedoch die Lohnnebenkosten nicht noch weiter steigen, weil die Kundschaft nicht bereit sei, höhere Kosten zu tragen.

Bei Foodora arbeiten viele Studierende in Minijobs, die sich von der Rentenversicherung befreien lassen, weil sie in ihrer gegenwärtigen Situation auf das Geld angewiesen sind. Von den Reinigungsplattformen wird berichtet, dass die Auseinandersetzung der Arbeitskräfte damit, was in Versicherungen eingezahlt oder für das Alter zurückgelegt werden muss, erst sehr spät im Bewusstsein auftaucht. Hier, so die einhellige Meinung, ist Aufklärung wichtig. Dies ist auch im Sinne der Plattformen, die ihre Arbeitskräfte anstellen, weil Letzteren oft gar nicht bewusst ist, welche Vorteile sie durch den geschützteren Status langfristig haben, und daher mitunter leichtfertig zur Konkurrenz wechseln, die mit Solo-Selbstständigen arbeitet.

Vorschläge zur sozialen Absicherung beinhalten eine Pflichtversicherung für Solo-Selbstständige. Des Weiteren könne auch die Künstlersozialkasse (KSK) ein Vorbild sein für eine Selbstständigenversicherung unter Beteiligung der Auftraggeberinnen und Auftraggeber. Die Plattformen müssten bei diesem Ansatz für den Arbeitgeberanteil der Gigworker aufkommen. Dies stünde allerdings im Widerspruch zum Selbstverständnis

vieler Plattformen als bloße Vermittlerinnen. Vielmehr müssten stattdessen die Auftraggeberinnen und Auftraggeber für den Arbeitgeberanteil aufkommen. Es gibt im Workshop aber auch deutliche Stimmen gegen eine Ausweitung der KSK. Das prekäre Erwerbsmodell der Kunstschaffenden taue nicht als Vorlage für ein zukunfts­träch­ti­ges all­ge­mein­gütiges System. Selbst bei der KSK in ihrer heutigen Form gebe es bereits großen Widerstand derjenigen, die den Arbeitgeberanteil zahlen.

Die Diskussion in den Workshops führt von konkreten, kurzfristig greifenden Ansätzen zur Statusklärung der Gigworker immer wieder zu weitreichenden Grundsatzfragen, die die aktuelle Architektur der sozialen Sicherungssysteme als Ganzes betreffen. Eine Forderung lautet hier, die Risikokapitalgeber stärker in die Verantwortung nehmen und zur Finanzierung der sozialen Sicherungssysteme heranzuziehen. Die Plattformbetreiber merken jedoch an, dass Investoren bei als zu groß empfundenen Hürden möglicherweise nicht davor zurückzuschrecken, anstatt in Deutschland lieber im Ausland ihr Geld zu investieren. Anders als bei „traditionellen“ Unternehmen müsse dazu nicht erst mühsam der Produktionsstandort verlegt werden.

Die Erosion des Normalarbeitsverhältnisses durch Gigwork wird als eine zentrale Herausforderung gesehen, zuvorderst für den Erhalt der sozialen Sicherungssysteme, aber darüber hinaus auch für die Interessenvertretung der Erwerb­stän­di­gen. Die Gewerkschaften stehen vor der Herausforderung, künftig Menschen vertreten zu müssen, die fließend zwischen Erwerb­stän­di­gen­modellen und Branchen hin und her wechseln.

6.2.2 Interessenvertretung für Gigworker

Zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei Gigworkern erscheint die Interessenvertretung unerlässlich, gerade wenn sich diese Arbeitsform weiter rasant ausbreitet. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops konnten nicht entscheiden, wie formal oder unverbindlich eine Vertretung organisiert sein sollte, um den Charakteristika von Gigwork gerecht zu werden – ob kleinteilig nach Plattform-Unternehmen oder umfassend nach Branche. Das Spektrum der Vorschläge reicht

von Selbstorganisation und Lobbyarbeit im Verband, über gewerkschaftliche Organisation und Betriebsräte, bis hin zu Pflichtmitgliedschaften in Arbeitnehmerkammern nach dem österreichischen Modell. Genannt wurde auch die Möglichkeit der Einrichtung einer Ombudsstelle, an die sich Gigworker in Streitfragen wenden können und mit deren Hilfe unbürokratisch zu einer Schlichtung zwischen den Streitparteien beigetragen werden könnte.

Aus dem in mancher Hinsicht verwandten Crowdwork-Bereich ist bekannt, dass viele der dort arbeitenden Personen überhaupt nicht an einer Organisation interessiert sind – weil sie nur sporadisch oder vorübergehend dieser Erwerbsform nachgehen. Es gibt Grund zur Annahme, dass dieser Faktor auch bei ortsabhängigen Gigworkern eine Rolle spielt, allerdings gab es in den letzten Jahren schon eine Reihe von Streiks und öffentlichen Protesten beispielsweise von Uber-Fahrerinnen und -Fahrern sowie von Fahrradkurierinnen und -kurieren in der Gig Economy.

Im Workshop wird gemutmaßt, dass bei vielen Gigworkern erst ein Bewusstsein dafür geschaffen werden müsste, welche Rechte sie haben und dass sie eine Interessenvertretung brauchen, um diese durchzusetzen. Dies könnte durch aufklärende öffentliche Kampagnen geschehen. Die öffentliche Sichtbarkeit der Gigworker sowie der Grad der sozialen Isolation variieren je nach Branche stark. Beide Faktoren beeinflussen den Austausch der Gigworker und die Artikulation gemeinsamer Interessen. Das Problem der „einsamen Arbeit“ spielt bei Gigworkern verstärkt eine Rolle, weil die Koordination der Tätigkeit weitgehend über eine App erfolgt. In der Regel verfügen nur die Plattformen über Zugang zu den Gigworkern. Es brauche deshalb Austauschorte für den Kontakt zwischen den Erwerbstätigen – Treffpunkte im Unternehmen ebenso wie virtuelle Orte, ähnlich der Online-Foren von Crowdworkern.

6.2.3 Faire Entlohnung für Gigworker

Die Entlohnung der solo-selbstständigen Gigworker gestaltet sich von Plattform zu Plattform sehr unterschiedlich. Während einige Plattformen den Lohn pro Auftrag oder Stunde vorab festlegen, können Gigworker

anderer Plattformen wiederum selbst über ihre Stundenlöhne entscheiden. Dabei wird in einigen Fällen eine Untergrenze festgelegt, in anderen Fällen wird sie lediglich empfohlen.

Welches Instrument sich zur Sicherung einer angemessenen Bezahlung am besten eignet, darüber wurde in den Workshops angeregt diskutiert.

Die Festlegung einer einheitlichen Entlohnung für Gigworker ist aufgrund der unterschiedlichen Dienstleistungen, Anforderungen und notwendigen Qualifikationen nicht möglich. Allerdings sollte dort, wo ein Branchenarbeitsvertrag besteht, dieser auch zur Anwendung kommen. Für die Solo-Selbstständigen wären dann allerdings höhere Stundensätze für die noch zu entrichtende Sozialversicherung zu berücksichtigen. Um angemessene Stundenlöhne für Gigworker festzulegen, bietet sich eine Reform und Aktivierung des Heimarbeitsgesetzes (HAG) der 1950er Jahre an.

Heimarbeitsgesetz (HAG)

Das Arbeitsrecht gilt in der Regel für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, nicht aber für selbstständige Erwerbstätige. Für Letztere gibt es in Deutschland Sonderregelungen, die über das Arbeitsrecht hinausgehen. Das seit 1951 geltende Heimarbeitsgesetz stellt beispielsweise sicher, dass auch in Heimarbeit beschäftigte Personen besondere Schutzvorschriften genießen. Die für die verschiedenen Branchen gebildeten Heimarbeitsausschüsse setzen sich zusammen aus Beisitzerinnen und Beisitzern aller beteiligten Gruppen und verhandeln im Gremium z.B. über eine angemessene Entlohnung.⁵⁹

Denkbar ist auch eine mögliche Verknüpfung der Entlohnung der Gigworker an den wirtschaftlichen Erfolg der Plattformen. Hintergrund der Überlegung ist, dass den Unternehmen viele Millionen Euro an Kapital zufließen, die Plattformen mitunter Milliarden wert sind und folglich teils sehr hohe Umsätze durch Gigworker erwirtschaftet werden. Letztere sollten durch Gewinn- oder Erfolgsbeteiligungen von dem raschen Wachstum der Start-ups profitieren. Kritisch einzustufen ist allerdings, dass die Gefahr besteht, dass

⁵⁹ Vgl. ArbeitGestalten GmbH (Hrsg.) (2016): *Faire Arbeit in der Crowd – Gestaltungsfelder guter Arbeitsbedingungen*, S. 40 (online).

noch mehr unternehmerisches Risiko auf die Gigworker ausgelagert wird.

6.2.4 Qualifikationen und Bewertungen

Gigworker können ihre beruflichen Entwicklungen nur schwer nachweisen. Bei einem Wechsel der Plattform oder der Bewerbung für einen Job außerhalb der Plattformen können sie in der Regel keine Referenzen vorzeigen. Wie können durch Gigwork erworbene berufliche Erfahrungen und Qualifikationen besser dokumentiert werden?

Eine Überlegung ist es, sich am Werkvertrag zu orientieren. Dabei ist die oder der Werkgebende der oder dem Werknehmenden bei Bedarf verpflichtet, ein Zeugnis auszustellen. Bei einigen Formen von Gigwork erweist sich dies jedoch als schwierig bis unmöglich, wenn man die Werkgeberin oder den Werkgeber als Auftraggeberinnen und Auftraggeber identifiziert, und das Arbeitsverhältnis wie bei den Lieferdiensten nur wenige Minuten andauert. Bei sozialen Dienstleistungen wie der Betreuung hingegen wäre eine solche Regelung gut denkbar.

Wer überhaupt in der Lage ist, ein aussagekräftiges Arbeitszeugnis auszustellen, hängt also von der Art des Gigs ab. Die Plattformen verfügen über ein umfangreiches Wissen, z.B. durch das Tracking via Smartphone. Bei haushaltnahen Dienstleistungen ist es umgekehrt, die Plattform weiß nur, was die Auftraggeberinnen und Auftraggeber ihr mitteilen.

Die Art des Zeugnisses für Gigworker richtet sich auch danach, ob es der Eigenwerbung dient oder ob es für eine Bewerbung für eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung, etwa bei einem Pflegedienst, verwendet werden soll.

Wie in anderen Bereichen der digitalen Wirtschaft und der Plattformökonomie ist das Recht auf informationelle Selbstbestimmung auch für Gigworker von großer Wichtigkeit. Sie sollten Einblick erhalten in die von den Plattformen über sie erhobenen Daten aus Eingangskontrollen, Kundenbewertungen und sonstigen Kennziffern bezüglich ihrer Person und ihrer erbrachten Leistungen. Auch braucht es sehr viel mehr Transparenz bezüglich der Kriterien, die in die Bewertung der Arbeitsleistung einfließen.

Dies gilt insbesondere auch für die algorithmische Auswertung und Vergabe von Gigs – etwa inwieweit sich das Ablehnen von Angeboten oder negative Bewertungen durch einzelne Kunden darauf auswirkt, welche Arbeit künftig angeboten wird. Hier braucht es nachvollziehbare, übertragbare Standards, so dass Gigworker ihre Erfahrungspunkte von einer Plattform zur anderen mitnehmen und gegen unfaire Bewertungen vorgehen können. Auch hier könnten branchenbezogene Clearingstellen und Ombudsstellen zur Formulierung von Standards und zur Schlichtung von Konflikten zwischen den drei Parteien – Plattform, Kundschaft, Dienstleisterinnen und Dienstleister – hilfreich sein.

6.2.5 Aufklärung der Auftraggeberinnen und Auftraggeber

Die geringe Bereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten, für Dienstleistungen angemessen zu zahlen, sowie die fehlende Anerkennung für die Leistung der Gigworker wurden von den Teilnehmenden des Workshops als Problem erkannt. Wie könnte eine Sensibilisierung der privaten Auftraggeberinnen und Auftraggeber hinsichtlich des tatsächlichen Werts der Dienstleistung aussehen?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops sind sich einig, dass die Nutzerinnen und Nutzer einer Gigwork-Plattform als Konsumentinnen und Konsumenten Verantwortung tragen.

Es braucht zudem größere kalkulatorische Transparenz. Die Kundschaft der Gigwork-Plattformen sollte Einsicht erhalten in: Provision der Plattform, Anteil für Versicherungen der Gigworker, und Netto-Entlohnung. Die Plattformen selbst könnten hier bereits auf ihren Webseiten entsprechend Transparenz schaffen. Bei diesem Ansatz besteht jedoch die Gefahr, die komplette Verantwortung für eine faire Entlohnung in die Verantwortung der Kundschaft zu geben.

Zur Steigerung der Wertschätzung von Arbeit im Allgemeinen und unterbezahlten Dienstleistungen im Besonderen sollte Aufklärungsarbeit mittels entsprechender Kampagnen geleistet werden. Nicht nur beim Kauf

6. Ergebnisse der Workshops

von Gütern, sondern auch bei der Nutzung von Dienstleistungen sollten Konsumentinnen und Konsumenten Verantwortung übernehmen in Hinblick auf die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten, und die Leistungen entsprechend wertschätzen.



Impressionen aus den Workshops

Impressionen aus den Workshops



Vincent Pfeifer, Foodora GmbH



Friederike Molitor, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung



Diskussionsrunde



Ute Kathmann, ArbeitGestalten GmbH



Elke Ahlhoff, ArbeitGestalten GmbH



Kathrin Lück, Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales



Klaus Helmerichs, IG Metall



Sarah Bormann, ver.di



Roghieh Ghorban, DGB Region Berlin; Dr. Ulrich Lewerenz, Book A Tiger GmbH



Dr. Klaus-Peter Florian, Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales



Dr. Florian A. Schmidt, Journalist



Gunter Haake, ver.di / mediafon GmbH



Viveka Ansonge, ArbeitGestalten GmbH

7. Schlussbetrachtungen

60 Vgl. Voss, Oliver: „Berlin hängt London in Start-up-Ranking ab“, *Tagesspiegel*, 09.08.2017 [online].

Die Gig Economy ist geprägt von einer hohen Dynamik, die besonders in Berlin zu spüren ist, denn die deutsche Hauptstadt gilt bundesweit als attraktivster Standort für Start-ups.⁶⁰ Sowohl junge deutsche als auch internationale Unternehmen nutzen Berlin als Testmarkt. Dies gilt auch für Plattformen der Gig Economy, die auf eine gute Infrastruktur und eine hohe Einwohnerdichte angewiesen sind. Hier werden Plattformen gegründet, müssen sich gegenüber der Konkurrenz durchsetzen und werden nicht selten bereits nach zwei oder drei Jahren von einer konkurrierenden Plattform übernommen oder melden Insolvenz an. Auch im Hinblick auf das Geschäftsmodell verändern sich einige Gigwork-Plattformen innerhalb kurzer Zeit erheblich. So gibt es jene, die ursprünglich mit Solo-Selbstständigen gearbeitet und nach wenigen Monaten auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigung umgestellt haben. Aber es gibt auch Plattformen, die weiterhin an dem Modell mit Solo-Selbstständigen festhalten.

Mit Blick auf die Arbeitsbedingungen der Gigworker stellt sich für beide Modelle die Frage, wie Gute Arbeit sichergestellt werden kann.

Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Gigworker erhalten zwar unter Umständen einen Branchentariflohn, dieser entspricht jedoch nicht selten einem Niedriglohn oder liegt sogar unter der Niedriglohnschwelle. Für solo-selbstständige Gigworker gestaltet sich durch die geringe Entlohnung auch die soziale Absicherung als Herausforderung: die Krankenversicherungsbeiträge sind erheblich und wer wenig Einkommen hat, wird in der Regel nicht oder unzureichend in die Rentenversicherung einzahlen oder für Zeiten der Arbeitslosigkeit vorsorgen.

Im Mittelpunkt der Diskussionen um Gigwork steht immer wieder die Erwerbsform der Solo-Selbstständigkeit. Wenn eine Verbesserung der sozialen Absicherung für Solo-Selbstständige gelingt, kann sich dies auch auf die derzeit noch relativ kleine, jedoch stetig wachsende Gruppe der Gigworker auswirken.

Neben den Arbeitsbedingungen der Gigworker wurde auch das Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten diskutiert, die die

Dienstleistung via Plattform in Anspruch nehmen. Auch sie tragen dazu bei, dass das Phänomen Gigwork immer bedeutender wird.

Des Weiteren stellt sich die Frage, welche Auswirkungen Gigwork auf die Dienstleistungsbranchen hat: Führt Gigwork zu einem Preisverfall bei Dienstleistungen? Wird der Preis für eine Dienstleistung zunehmend wichtiger als deren Qualität? Besteht die Gefahr, dass solo-selbstständige Gigwork in Zukunft sozialversicherungspflichtige Beschäftigung verdrängt? Wird es in Berlin künftig immer mehr Menschen geben, die sich als Solo-Selbstständige von Auftrag zu Auftrag hangeln – möglicherweise, weil die Entlohnung, die sie aus einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung erhalten, nicht ausreicht? Verlieren die berufliche Bildung und die Ausbildung an Stellenwert?

Den Preis für die zunehmende Flexibilisierung zahlen die Gigworker – und schließlich auch der Sozialstaat.

Um faire Arbeitsbedingungen für Gigworker zu gestalten, bedarf es einer Verbesserung der sozialen Absicherung dieser Personengruppe, indem solo-selbstständige Gigworker in das soziale Versicherungssystem eingebunden werden. Auch muss im Einzelfall geklärt werden, ob diese Gigworker die Kriterien der Solo-Selbstständigkeit überhaupt erfüllen oder ob sie nicht scheinselfständig sind.

Darüber hinaus sollte es Gigworkern ermöglicht werden, sich zu organisieren. Hierzu ist es notwendig, dass ihnen ein Raum geschaffen wird, in dem Kontakt zu anderen Gigworkern hergestellt werden kann. Dies ist besonders wichtig bei Solo-Selbstständigen, da sie nicht die Möglichkeit haben, einen Betriebsrat zu gründen.

Hinsichtlich einer fairen Entlohnung ist zu prüfen, ob die im Heimarbeitsgesetz verankerten Heimarbeitsausschüsse geeignet sind, branchenspezifisch über eine faire Entlohnung für Gigworker zu verhandeln. Hierzu wäre eine entsprechende Reform des Heimarbeitsgesetzes notwendig.

Besonders die solo-selbstständigen Gigworker haben Schwierigkeiten, ihre geleisteten

Arbeitseinsätze adäquat nachzuweisen. Um einen Wechsel der Plattform oder den Einstieg in eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zu erleichtern, bedarf es eines Arbeitszeugnisses, das in einigen Fällen von den Auftraggeberinnen und Auftraggebern ausgestellt werden muss – besonders dann, wenn es sich um haushaltsnahe Dienstleistungen handelt. Hier stehen jedoch nicht nur Verbraucherinnen und Verbraucher in der Pflicht. Auch die Plattformen sollten den Gigworkern Einblick gewähren in die relevanten Daten, die über sie gesammelt werden, wie z.B. Bewertungen der Kundschaft oder andere Daten zur Evaluierung des Gigworkers.

Abschließend ist auch die Frage nach dem Wert einer Dienstleistung ein zentrales Thema im Hinblick auf die Gig Economy. Hier besteht Aufklärungsbedarf, denn viele Konsumentinnen und Konsumenten sind sich nicht darüber im Klaren, welche Kosten hinter einer Dienstleistung stehen. Mittels einer Kampagne könnte hier Aufklärungsarbeit geleistet werden, um Dienstleistungen sichtbarer zu machen – denn auch Wertschätzung führt zu besserer Arbeit.

Die Plattformen der Gig Economy wählen Berlin als Testmarkt – Berlin eignet sich daher bestens, um die Arbeitsbedingungen der Gigworker mitzugestalten und Gute Arbeit zu etablieren.

8. Literatur

Studien und Bücher

- ArbeitGestalten (Hrsg.): *Faire Arbeit in der Crowd – Gestaltungsfelder guter Arbeitsbedingungen*, Berlin 2016 [online].
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.): *Arbeit weiter denken – Weißbuch Arbeiten 4.0*, Berlin 2017 [online].
- CIPD, Chartered Institute of Personnel and Development (Hrsg.): *To Gig or Not to Gig? – Survey Report*, London 2017 [online].
- Europäische Kommission (Hrsg.): *Europäische Agenda für die kollaborative Wirtschaft* [Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen], Brüssel 2016 [online].
- Europäische Kommission (Hrsg.): *Online-Plattformen im digitalen Binnenmarkt Chancen und Herausforderungen für Europa*, Brüssel 2016 [online].
- Goudin, Pierre: *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*, European Parliamentary Research Service (Hrsg.), Brüssel 2016 [online].
- Hill, Steven: *Die Start-up-Illusion: Wie die Internet-Ökonomie unseren Sozialstaat ruiniert*, Knauer Verlag, München 2017.
- Jürgens, Kerstin / Hoffmann, Reiner / Schildmann, Christina: *Arbeit transformieren! Denkanstöße der Kommission Arbeit der Zukunft*, Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.), Bielefeld 2017 [online].
- McKinsey Global Institute (Hrsg.): *Independent Work: Choice and Necessity in the Gig Economy*, 2016 [online].
- RSA (Hrsg.): *Good Gigs: A Fairer Future for the UK's Gig Economy*, London 2017 [online].
- Risak, Martin / Lutz, Doris (Hrsg.): *Arbeit in der Gig-Economy – Rechtsfragen neuer Arbeitsformen in Crowd und Cloud*, ÖGB Verlag, Wien 2017.
- Schmidt, Florian A.: *Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie – Zu den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork*, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), Bonn 2016 [online].
- Smith, Aaron: *Gig Work, Online Selling and Home Sharing*, Pew Research Center (Hrsg.), Washington 2016 [online].
- Taylor, Matthew et al.: *Good Work – The Taylor Review of Modern Working Practices*, Department for Business, Energy & Industrial Strategy (Hrsg.), London 2017 [online].

Artikel

- Albring, Lea: „Ein Deliveroo Fahrer erzählt, warum er sich ausgebeutet fühlt“, in: *VICE*, 03.05.2017 [online].
- Beeger, Britta: „Ein Pfleger aus dem Internet“, in: *FAZ*, 11.06.2017.
- Brien, Jörn: „Conrad Friends‘ vermittelt Technikversierte“, in: *t3n*, 13.09.2016 [online].
- Brown, Tina: „The Gig Economy“, in: *The Daily Beast*, 12.01.2009 [online].
- Höltnann, Inga: „Start-ups im Handwerk“, in: *Tagesspiegel*, 17.07.2016 [online].
- Hoffmann, Jürgen: „Online-Börsen für Handwerker“, in: *Berliner Zeitung*, 30.03.2017 [online].
- Köver, Chris: „Ohlala: Wie Pia Poppenreiter ihre App für bezahlte Dates retten will“, in: *Wired*, 24.05.2017 [online].
- Kugoth, Jana: „Berliner Startup Packator sammelt zwei Millionen ein“, in: *Gründerszene* 15.06.2017 [online].
- Kyriasoglou, Christina: „AXA investiert in Handwerker-Startup Homebell“, in: *Gründerszene*, 07.06.2017 [online].

- Kyriasoglou, Christina: „Erstmals Geschäftszahlen – So steht es um Foodora“, in: *Gründerszene*, 20.06.2017 [online].
- Laudenbach, Peter: „Lieferando – Das große Fressen“, in: *brand eins*, #02/2017 [online].
- Lennartz, Peter et al.: „Start-up-Barometer Deutschland – Februar 2017“, Ernst & Young (Hrsg.) [online].
- Madden, Sam: „Why Homejoy Failed ... and the Future of the On-Demand-Economy“, in: *TechCrunch*, 31.07.2015 [online].
- Osborne, Hilary / Farrell, Sean: „Deliveroo workers strike again over new pay structure“, in: *The Guardian*, 15.08.2016 [online].
- Richters, Kim: „Diese Startups wollen den Handwerkermarkt neu aufrollen“, in: *Gründerszene*, 14.03.2016 [online].
- Schlenk, Caspar / Kyriasoglou, Christina: „Startup in der Krise: Inside Movinga“, in: *Gründerszene*, 05.09.2016 [online].
- Voss, Oliver: „Berlin hängt London in Start-up-Ranking ab“, in: *Tagesspiegel*, 09.08.2017 [online].
- Weil, David: „Lots of Employees Get Misclassified as Contractors. Here's Why It Matters“, in: *Harvard Business Review*, 05.06.2017 [online].
- Wood, Zoe: „Deliveroo set to become a tech 'unicorn' as investors seek a slice“, in: *The Guardian*, 02.07.2017 [online].
- Felser Rechtsanwälte und Fachanwälte (Hrsg.): *Felser Rechtslexikon* [online].
- *Gründerszene*: Lexikon – Was ist eine Finanzierungsrunde, 2017 [online].
- Mila, Firmenblog, *News Trends und Updates zu Crowd Service*: „Conrad Friends: Nachbarn lösen die technischen Probleme der Deutschen“, 14.03.2017 [online].
- Oberlandesgericht Frankfurt am Main Pressemitteilung: „Oberlandesgericht Frankfurt am Main bestätigt Verbot der Vermittlung von Fahrten durch „UberPOP““, 09.06.2016 [online].
- Pflegix, Pressemitteilungen vom 06.12.2016 und vom 01.08.2017 [online].
- Statistisches Bundesamt: Erläuterungen zur Arbeitsmarktstatistik – Normalarbeitsverhältnis, 2017 [online].

Sonstige Quellen

- Care.com, Pressemitteilung: „Google Capital Invests in Care.com“ vom 29.06.2016 [online].
- Crunchbase.com – von TechCrunch betriebene Datenbank zu Investoren und Finanzierungsrunden von Start-ups [online].

1. Auflage
Berlin, November 2017

Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin

Dr. Florian A. Schmidt

Ute Kathmann
ArbeitGestalten Beratungsgesellschaft mbH, Ahlhoff

Layout / Illustrationen: Kurz Gestaltung, Berlin
Fotos: Ralf Henning

Herausgeber:

**ArbeitGestalten**

Beratungsgesellschaft mbH, Ahlhoff
Albrechtstr. 11 a
10117 Berlin
Telefon: 0 30 / 2 80 32 08 – 6
Telefax: 0 30 / 2 80 32 08 – 89
www.arbeitgestaltengmbh.de

Die Expertise „Der Job als Gig – Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin“ wurde im Rahmen des Projekts *Joboption Berlin* erstellt.

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

Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit
und Soziales



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