„Je anspruchsvoller die Arbeit ist, umso zufriedener sind die Beschäftigten."

Crowdwork nutzt die Weisheit der vielen. Bundesweit bearbeiten mehr als eine Million Menschen auf 32 Online-Plattformen nicht nur Kleinstaufgaben, sondern auch spannende Projekte. Prof. Dr. Jan Marco Leimeister, Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Direktor am Forschungszentrum für Informationstechnikgestaltung (ITeG) der Universität Kassel, spricht in unserem Interview über die Ergebnisse der Studie, mit der er und sein Team das weltweite Phänomen der Plattformökonomie im letzten Jahr in Deutschland untersucht haben.

G.I.B.: Durch welche Merkmale zeichnet sich Crowdwork aus?
Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Von Crowdwork sprechen wir dann, wenn zumindest der wesentliche Teil der Arbeit plattformbasiert und nicht – wie zum Beispiel über MyHammer – beim Kunden vor Ort ausgeführt wird. Ein anderes wichtiges Merkmal ist der Open Call, der offene Aufruf. Der Crowdworker arbeitet freiwillig. Er entscheidet allein, ob er eine Arbeit übernehmen möchte und unterliegt nicht dem Direktionsrecht eines Vorgesetzten.

Außerdem nutzt Crowdwork in vielen Fällen „the wisdom of crowds", die Weisheit der vielen. Durch die Kumulation von verschiedensten Beiträgen entsteht über die Crowd ein Ideenreichtum, der meist zu besseren Ergebnissen führt als die Lösungsansätze eines Einzelnen.

G.I.B.: Welche Plattform-Typen haben sich entwickelt?
Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: In unserer bundesweiten Studie, mit der wir im letzten Jahr im Bereich der Plattformökonomie Crowdworking-Plattformen intensiv erforscht haben, konnten wir unter 32 bestehenden Crowdworking-Plattformen mit Sitz oder Standort in Deutschland acht Typen identifizieren.

Besonders stark frequentiert sind Microtask-Plattformen. Der mit mehr als 800.000 Mitgliedern größte auf Microtasks (Kleinstaufgaben) spezialisierte Anbieter aus Deutschland ist Clickworker. Die Beschäftigten üben meist eher einfache Tätigkeiten wie Internetrecherchen oder die Aufbereitung von Produktdaten aus.

Auf Text-Plattformen wie content.de sind zumeist kurze Abhandlungen für Online-Shops, Blogs und Webseiten oder auch für Urlaubskataloge gefragt. Marktplatz-Plattformen sind darauf spezialisiert, Angebot und Nachfrage zu matchen. International ist Upwork sehr bekannt, in Deutschland ist Twago führend.

Auf Design-Plattformen wie Jovoto oder 99Designs dreht sich alles um kreative Gestaltung. Das beginnt beim T-Shirt für ein Modelabel und endet beim Design für eine Tankstelle. Testing-Plattformen wie das international agierende Start-up Testbirds aus München erproben Apps für Smartphones und Unternehmenssoftware. Hier funktionieren die Mechanismen der Crowd wegen der äußerst heterogenen Arbeit besonders gut. Tausende Crowdworker können Fehler und Schwächen von Soft- und Hardware viel effektiver aufdecken als das Labor eines einzelnen Unternehmens.

Innovations-Plattformen werden gern von Firmen genutzt, um das Know-how ihrer eigenen Beschäftigten durch Ideen von außen zu bereichern. So hat Jovoto für die Deutsche Bank Konzepte für die Filiale der Zukunft entwickelt. Auch Konzerne wie Shell und Organisationen wie Greenpeace nutzen Innovations-Plattformen für ihre Projekte und Kampagnen.

Auch auf den Sales- oder Vertriebs-Plattformen gibt es spannende Projekte. Besonders beeindruckt hat uns Mila: eine Plattform, über deren App man technische Hilfe aus der Nachbarschaft einkauft. Wer Probleme mit der Installation eines Routers oder der Programmierung eines komplizierten Geräts hat, wählt über Mila ganz einfach aus, wann und wo er Hilfe benötigt, welchen Preis er bereit zu zahlen ist, und erhält dann ein passendes Angebot. Mila ist ein aufstrebendes Schweizer Start-up, dass zu 51 Prozent Swisscom gehört und das auch einen Standort in Berlin unterhält und deshalb in unserer Studie berücksichtigt

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister,
Universität Kassel

wurde. Diese Plattform ist zugleich ein Beispiel an der Schnittstelle von Crowdworking- und Sharing Economy-Plattformen.

Typ Nr. 8 sind die Engineering-Plattformen. Hier entwickeln kreative Köpfe beispielsweise Entwürfe für Autos, aber auch Cargo-Drohnen, die nicht militärisch, sondern für zivile Zwecke genutzt werden: zum Beispiel, um Güter und Hilfslieferungen in schwer zugängliche Gebiete transportieren zu können.

G.I.B.: Welche quantitative Bedeutung hat Crowdwork national und international? Wie viele Crowdworker gibt es und welchen Umsatz generieren sie?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Für Deutschland haben wir in unserer Studie 1,16 Millionen Crowdworker ermittelt. Diese Zahl ist aber zu relativieren. Sie beruht auf den Angaben der Plattformbetreiber, die nicht zwingend wissen, wie viele Mitarbeiter auf mehreren Plattformen agieren. Außerdem sind längst nicht alle angemeldeten Crowdworker aktiv.

Über Crowdworking-Plattformen wurde im letzten Jahr in Deutschland ein Gesamtumsatz von 203 Millionen Euro generiert. Crowdwork ist noch kein Massenphänomen und stellt für die meisten Mitarbeiter kein Fulltimejob, sondern eine Nebenbeschäftigung dar. Ein gutes Beispiel ist Mila. Die technischen Hilfeleistungen aus der Nachbarschaft sind in der Regel nach Feierabend oder am Wochenende gefragt. Der Markt wächst aber dynamisch. Der Umsatz durch Crowdwork konnte im letzten Jahr im Vergleich zum Vorjahr über alle Crowdworking-Plattformen in Deutschland hinweg um im Durchschnitt 89 Prozent gesteigert werden.

International gibt es kaum verlässliche Daten. Einzelne Studien beruhen ausschließlich auf Schätzungen, widersprechen sich zum Teil und weisen oft viel zu hohe, unrealistische Zahlen aus.

G.I.B.: Wer arbeitet auf Plattformen? Was sind die Motive der Crowdworker?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Obwohl man Crowdsourcing in der Öffentlichkeit oft mit eher simplen Tätigkeiten verbindet, sind viele Crowdworker überdurchschnittlich gebildet. Das Verhältnis der Geschlechter ist auf Microtask-Plattformen ausgeglichen, sonst gibt es einen leichten Männerüberschuss. Crowdworker sind meistens technikaffin und jung bis mittelalt, viele von ihnen sind Studierende.

Ihre Motive sind sehr verschieden. Dabei geht es längst nicht nur um Geld. Viele Crowdworker haben große Freude an dieser speziellen Form von Arbeit und verbinden das Angenehme mit dem Nützlichen, um in der Freizeit etwas hinzuzuverdienen. Für andere Crowdworker stehen praktische Gründe im Vordergrund. Wer aus geografischen oder persönlichen Gründen keine passende Arbeit in seiner Nähe findet, vielleicht weil er alleinerziehend ist oder einen Familienangehörigen pflegt, kann mit Crowdwork flexibel von zu Hause aus agieren.

Auf Innovations-Plattformen sehen Crowdworker ihre Arbeit sogar als besondere Herausforderung und Challenge. Ein kreativer Banker findet es spannend, wenn er die Filiale der Zukunft mitentwickelt oder darüber nachdenkt, wie künstliche Intelligenz in Bankdienstleistungen integriert wird.

Hauptberufliche Crowdworker nutzen vorwiegend Marktplatz-Plattformen, um ihre Arbeit als Freelancer auf zusätzlichen Kanälen anzubieten.

G.I.B.: Wie steht es um wichtige Rahmenbedingungen wie Vorsorge und Absicherung, Arbeitszeiten und Bezahlung?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Um Vorsorge und Absicherung müssen Crowdworker sich als Soloselbstständige in aller Regel selbst kümmern. Da die meisten von ihnen einen anderen Hauptberuf ausüben, ist dieses Problem für viele noch nicht akut. Das könnte sich aber ändern, sobald die Zahl der Mitarbeiter, die von der Plattformarbeit leben müssen, deutlich steigt.

Bei den Arbeitszeiten genießt der Crowdworker meist viel Freiheit: Er entscheidet selbst, wann er welche Aufgaben übernimmt. Wer häufig Aufträge ablehnt,

läuft allerdings Gefahr, bei künftigen Ausschreibungen nicht mehr berücksichtigt zu werden. Vor allem international agierende Plattformen operieren mit engen Kontrollmechanismen. Wer beispielsweise für Upwork eingeloggt ist, muss in Kauf nehmen, dass sechsmal pro Stunde ein Screenshot geschossen wird, um sicherzustellen, dass er auch tatsächlich für den Kunden arbeitet.

Das Spektrum der Bezahlung variiert von Cent-Beiträgen für simple Microtask-Aufgaben über Stundensätze von 30 bis 40 Euro für anspruchsvolle Arbeiten bis zu „Winner-takes-it-all"-Verdiensten auf Design- und Innovations-Plattformen. Wer auf ein besonders hohes Honorar aus ist, muss sich – ähnlich wie bei einem Architektenwettbewerb – in der Regel an einer Ausschreibung beteiligen und läuft damit Gefahr, für seine Entwürfe leer auszugehen.

G.I.B.: Haben Sie Informationen darüber, wie Crowdworker ihre Arbeit selbst bewerten?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Diese Frage wurde im Projekt „Cloud & Crowd" untersucht, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird und an dem ich mit meinem Lehrstuhl engagiert bin. An „Cloud & Crowd" arbeiten auch die beiden großen Gewerkschaften ver.di und IG Metall, die Ludwig-Maximilian-Universität München, das Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung (ISF) München und das Unternehmen andrena objects mit, das sich mit agiler Softwareentwicklung beschäftigt.

Auf den Punkt gebracht kann man sagen: Je anspruchsvoller die Arbeit ist, umso zufriedener sind die Beschäftigten. Unzufriedenheit herrscht tendenziell eher bei Beschäftigten, die kleinteilige Arbeit auf Microtask- und Text-Plattformen ausüben. Crowdworker bemängeln oft, dass sie bei Streitigkeiten in einer schwachen Position sind. Vor allem amerikanische Plattformen haben in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen eine umstrittene Klausel verankert: Sie können die Bezahlung verweigern, wenn sie mit der Arbeit nicht zufrieden sind. Amazon Mechanical Turk macht als weltweit größter Online-Marktplatz für Gelegenheitsarbeiten von dieser Möglichkeit auch Gebrauch. Die Verärgerung der Beschäftigten darüber war so groß, dass sich mit Turkopticon eine Gegenbewegung gebildet hat. Sie ermöglicht Crowdworkern, ihre Auftraggeber auf Amazons virtuellem Marktplatz für Arbeit zu bewerten. Dieses Reputationssystem hat der Diskussion um gute Arbeitsbedingungen im Netz wichtige Impulse gegeben.

Die Unzufriedenheit der betroffenen Crowdworker führt aber übrigens nicht dazu, dass alle mit der Arbeit auf solchen Plattformen aufhören. Auf Amazon Mechanical Turk werden nach wie vor tagtäglich 500.000 solcher Micro-Jobs angeboten.

Wenn es um komplexere Aufgaben geht, ist die Zufriedenheit der Beschäftigten meist deutlich größer. Plattformbetreiber stehen vor dem Problem, dass sie Qualität sichern müssen, aber ihre Crowdworker oft gar nicht kennen. Sie vergeben deshalb wichtige Aufträge gern an „Premium-Mitarbeiter", die für ihren Einsatz in früheren Projekten gute Bewertungen erhielten und im Ranking der Plattform weit oben stehen. Diese Beschäftigten können sich viele Aufträge aussuchen und erzielen ein gutes Einkommen. Dementsprechend hoch ist ihre Zufriedenheit.

G.I.B.: Wie bewerten Crowdworker die Überwachungs- und Bewertungsmechanismen der Plattformen?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Die meisten Crowdworker wissen, worauf sie sich einlassen und haben für Kontrollmechanismen wegen der weitgehenden Anonymität ihrer Arbeit schon Verständnis. Diese Information haben wir von den Community-Managern, die als interne Mitarbeiter der Plattformen den direkten Kontakt zu den Crowdworkern halten.

Die Bewertungsmechanismen werden vor allem von den Beschäftigten akzeptiert, die schon viel Zeit für die Arbeit auf einer Plattform investiert haben und im Ranking weit oben stehen. Kritisiert wird aber, dass alle Bewertungen verloren gehen, wenn ein Crowdworker auf eine andere Plattform wechselt. Dort beginnt er wieder bei null.

Deshalb gibt es Überlegungen, das Bewertungssystem zu reformieren. Das wäre aber nicht im Sinne der Plattformbetreiber, die von Lock-in-Effekten profitieren und ihre besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem aktuellen Bewertungssystem hervorragend binden können.

G.I.B.: Begegnen sich Crowdworker auch in der realen Welt? Gibt es Meetings oder Arbeitsgruppen?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Durchaus. Bei sehr komplexen Projekten verabreden sich Plattformbetreiber, Crowdworker und Unternehmer oft zu Workshops. Die „Face-to-Face"-Kommunikation ist für die Lösung vielschichtiger Probleme kaum zu ersetzen. Das ist eine wichtige Erkenntnis unserer Forschung. Beispiele sind die Projekte, mit denen die Bankfiliale der Zukunft und Cargo-Drohnen entwickelt wurden. Auch hier lässt sich von der Tendenz her sagen: Je komplexer die zu leistende Arbeit auf Crowdworking-Plattformen, desto wahrscheinlicher ist es, dass auch Begegnungen in der ‚realen Welt' stattfinden.

G.I.B.: Welche Entwicklungen in Richtung fairer und guter Arbeitsbedingungen gibt es? Wo sehen Sie Regulierungsbedarf seitens der Gewerkschaften und des Staates?

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister: Ein Schritt in die richtige Richtung ist der „Code of Conduct". In ihm haben sieben deutsche Crowdworking-Plattformen, darunter Testbirds, eine freiwillige Selbsterklärung abgegeben und darin Standards im Bereich Abnahmeprozess, Bezahlung, Datenschutz und vieles mehr festgesetzt. Auch der deutsche Crowdsourcing-Verband ist hier involviert. Die getroffenen Vereinbarungen sind freiwillig, also im Streitfall im Zweifel nicht einklagbar, gehen aber wie gesagt in die richtige Richtung.

Für die Politik ist Crowdwork als neues und bislang wenig erforschtes Phänomen noch schwer greifbar. Zum einen ist die Datengrundlage derzeit nicht ausreichend, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Zum anderen ist unklar, wie viele Menschen durch die Plattformarbeit ihren Lebensunterhalt bestreiten oder zumindest wichtige Teile ihres Einkommens daraus erzielen. Solange Crowdwork für die meisten Beschäftigten ein Hobby darstellt, ist der Regulierungsbedarf tendenziell gering.

Da die Zahl der hauptberuflichen Crowdworker steigen wird, muss sich die Politik aber über kurz oder lang mit dem Thema auseinandersetzen, und zwar auf internationaler Ebene. Denn Crowdwork ist ein weltweites Phänomen. Nationale Regulierungen würden vermutlich weitgehend ins Leere laufen. Plattformen können ihren Standort oft problemlos ins Ausland verlegen. International agierende Großunternehmen wie Amazon Mechanical Turk können Mitarbeiter aus bestimmten Ländern einfach ausschließen. Deshalb sind zumindest europaweite Lösungen gefordert. Wir als Wissenschaftler liefern dafür die Datenbasis und haben allenfalls eine beratende Funktion. Die Entscheidungen müssen von der Politik unter Einbindung von Gewerkschaften und Unternehmen getroffen werden.

DAS INTERVIEW FÜHRTEN

Manfred Keuler
Tel.: 02041 767-152
m.keuler@gib.nrw.de
Arnold Kratz
Tel.: 02041 767-209
a.kratz@gib.nrw.de

KONTAKT

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister
Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Direktor am Forschungszentrum für Informationstechnikgestaltung (ITeG) der Universität Kassel und Ordinarius für Wirtschaftsinformatik und Direktor am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen.
Pfannkuchstraße 1
34121 Kassel
Tel.: 0561 804-6064
leimeister@uni-kassel.de