1. Teil Crowd Work als neue Arbeitsform

§ 1 Einleitung

A. Crowd Work – ein Ausschnitt aus der digitalisierten Arbeitswelt

„Laden Sie Fotos von Ihren Verträgen hoch – 1,75 EUR pro Vertrag"
„Wie würden Sie mit Ihrem Auto sprechen?" – 0,08 EUR je Aufnahme"
„Ordnen Sie Modeprodukte einer passenden Kategorie zu"
– 0,01–0,04 EUR je Auftrag"

Crowd Work – Unternehmen lagern Aufgaben wie diese an Plattformen im Internet aus. Dort finden sich interessierte Nutzer/innen des Internets als Crowd Worker ein und arbeiten diese Aufgaben ab. Je nach Funktionsweise der Plattform, sind die Aufgaben direkt für die angemeldeten Crowd Worker frei geschaltet oder sie bewerben sich um den jeweiligen Online Job. Eine weitere Ausprägung ist, dass Crowd Worker mit anderen wetteifern, wer als Erstes bzw. Bestes das gewünschte Ergebnis liefert. Das ist eine verkürzte, aber im Wesentlichen treffende Beschreibung der neuen Arbeitsform Crowd Work. Seit ungefähr 10–15 Jahren bahnt sich Crowd Work seinen Weg in den Arbeitsalltag. Wie mit den meisten Dingen, die mit Digitalisierung zu tun haben, nahm es seinen Anfang in den USA. Eines der ersten Unternehmen, das eine professionelle Crowd Work Web-Plattform gründete, war der Internet Händler Amazon. Im Jahr 2005 nahm der Online Händler CDs in sein Sortiment auf.[2] Dadurch stieg der Inhalt der Webseite um ein Vielfaches an, was die Pflege des Inhalts erschwerte. Wer sollte überprüfen, ob die CD Cover jugendfrei, die Liedtitel richtig angeordnet und die Musiker/innen richtig geschrieben sind? Wir Menschen verfügen von Natur aus über etwas, was man in diesen Tagen teils mit beachtlichem Erfolg Computern beizubringen versucht[3], nämlich vielseitige kognitive Fähigkeiten. Ein Mensch erkennt sofort, ob ein CD Cover intime Körperstellen oder Waffen abbildet. Einer Software müsste man Unmengen von diesen Bildern zeigen, damit sie lernt, was abgebildet

2 Die nachfolgende Entstehungsgeschichte von Amazon Mechanical Turk schildert *Strube* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork – zurück in die Zukunft, S. 75–90 (76 f.).
3 *Brynjolffson/McAfee*, The Second Machine Age, S. 23 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

sein darf und was nicht. Das wäre zwar möglich, aber auch teuer, in vielen Fällen teurer als Menschen wenige Cent für diese Aufgaben zu bezahlen.

Jeff Bezos Geschäftssinn brachte ihn dazu, diese Aufgabe nicht mit eigenen Angestellten und auch nicht mit fremden Angestellten im Sinne des klassischen Outsourcings zu bewältigen. Die einzelnen Aufgaben wurden auf eine Online Plattform geladen, wo sie mit geringsten Cent Beiträgen vergütet wurden. In den USA und Indien konnten sich Menschen auf dieser Plattform anmelden und diese sogenannten Microtasks, bzw. wie sie dort genannt werden HITs (Human Intelligence Tasks) erledigen.[4] Das Geschäftsmodell war so erfolgreich, dass es Amazon fortan nicht nur für die eigenen Zwecke nutzte, sondern auch für andere öffnete, deren Daten auch von Menschen überprüft, sortiert und eingetragen werden mussten.

Auftraggeber von AMT nutzen die Webseite *wie* eine Software und irgendwie ist am Ende die Arbeit erledigt. Sie bedienen nur das Interface von AMT, so dass ein menschlicher Kontakt nicht zustande kommt. Amazon hält nicht damit hinterm Berg, dass nach außen eine Software verkauft wird, im Innern aber Menschen sitzen; sie nennen es „*Humans-as-a-service*" in Anlehnung an „*Software-as-a-service*" (SaaS).[5] Führt man diese Analogie fort, führt sie unweigerlich zu dem zweifelhaften Schluss, dass *Menschen* im unsichtbaren Netz anonym Aufgaben erledigen und dabei wie eine Software funktionieren und genutzt werden sollen.

Es gibt etwa 50 Plattformen, die ähnlich wie AMT hauptsächlich kleinere Tätigkeiten wie Adressrecherchen, Produktbeschreibungen, Kategorisierung von Produkten für den Online-Handel, Transkriptionen von Audio-Dateien und unzählig viel mehr anbieten.

In Deutschland spielt für solche Tätigkeiten die Plattform clickworker eine wichtige Rolle. Nach eigenen Angaben sind dort seit Kurzem 2 Millionen als Crowd Worker aktiv, wobei unklar ist, wie viele regelmäßig dieser Tätigkeit nachgehen. Neben diesen Plattformen für vergleichsweise einfache Tätigkeiten, bilden sich stetig auch spezialisierte Plattformen aus. Hervorzuheben sind hier die Bereiche Design und Programmieren. Plattformen wie 99designs aus Australien oder Jovoto aus Berlin bieten ein Rundum-Paket für alle möglichen Arten von Designs. Eine Firma braucht ein Projektlogo, Briefpapier, Visitenkarten, eine neue Webseite, auch Tattoos kann man designen lassen. Hier gibt es Paketpreise für die

4 Ursprünglich konnte man sich nur aus bestimmten Ländern bei AMT anmelden.

5 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 336; bei „SaaS" kaufen Unternehmen oder Privatpersonen eine Software nicht mehr, sondern erwerben für eine bestimmte Zeit Nutzungsrechte.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gewünschte Leistung. Die Designer/innen nehmen daran wie an einem Preisausschreiben teil: Nur das beste Ergebnis gewinnt und wird entsprechend bezahlt. Plattformen für Freiberufler wie Programmierer und andere funktionieren in der Regel so, dass die zu bewältigende Aufgabe gestellt wird und sich Interessierte darauf bewerben können. Der Auftrag wird daraufhin individuell vergeben. Die Preise für diese Leistung unterscheiden sich, es gibt Paket- und Stundenpreise.

Einem Bericht der Weltbank zufolge wird das Wachstumspotential von Online Outsourcing (zu dem auch das Crowdsourcing gehört) hoch geschätzt. Sie gehen von einem Umsatz für das Jahr 2025 zwischen 15 und 25 Milliarden US-Dollar aus; auf das Jahr 2016 entfiel ein Umsatz von 4,4 Milliarden US-Dollar durch Online-Outsourcing.[6] Dies alles zeigt, Crowd Work ist dabei sich zu etablieren. Es führt zu weiteren Überlegungen:

Wie ist die rechtliche Situation der Crowd Worker? Gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattformen handelt es sich um Selbstständige. Im Verständnis des deutschen Arbeits- und Sozialrechts bedeutet dies, dass sie weder Arbeitnehmerrechte wie Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall noch die üblichen Absicherungen haben, die an den Status eines abhängig Beschäftigten anknüpfen. Gleichzeitig können gewisse Abhängigkeiten der Crowd Worker von Plattformen festgestellt werden. Mehrere Studien gehen davon aus, dass etwa 80 Prozent der Aufgaben auf einer Microtask Plattform wie AMT von nur 20 Prozent der Crowd Worker erledigt werden.[7]

Die Frage ist, wie können etwaige Abhängigkeiten klassifiziert werden und wie ist ihnen rechtlich zu begegnen?

In der medialen Wahrnehmung gibt es starke Vorbehalte gegen Crowd Work. Die Rede ist von digitalen Tagelöhnern, *„digital sweatshops"* und davon, dass Crowd Work auch Druck auf die Stammbelegschaften ausüben kann, wenn Tätigkeiten ohne nennenswerte Kosten ins Internet verlagert werden können.[8] Allerdings sollte der Blick nicht einseitig sein. Crowd Work bietet ebenso Potentiale. Die Selbstbestimmtheit bezüglich

---

6 *Kuek et. al.*, World Bank, The Global Opportunity in Online Outsourcing, 2015, S. 3; zitiert als WB 2015; abrufbar unter: http://documents.worldbank.org/curated/en/138371468000900555/The-global-opportunity-in-online-outsourcing, abgerufen am 29.05.2020.

7 *Martin* et. al., Being a Turker, CSCW, Februar 2014, S. 224–235; *Musthag/Ganesan*, Labor Dynamics, CHI 2013, S. 641–650; Strube in: *Benner* (Hrsg.), Crowdwork – Zurück in die Zukunft, S. 76.

8 Überblick bei *Benner* (Hrsg.), Zurück in die Zukunft.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Arbeitsort, -inhalt und -zeit entspricht dem Wunsch vieler Menschen. Hinzukommt, dass es nicht jedem Crowd Worker schlecht geht. Gerade spezialisierte Crowd Worker haben ein durchaus ansehnliches Auskommen. Einer McKinsey Studie zufolge bieten Plattformen gerade für „*digitale Talente*" viele Möglichkeiten.[9] Es erscheint daher übertrieben paternalistisch hier Schutzmöglichkeiten zu suchen, die gar niemand braucht. Was man sich bei Crowd Work fragen muss, ist, ob hier nicht eine grundlegende Veränderung der Arbeitsweise und -organisation zu sehen ist.

Wollen Menschen und Unternehmen in Zukunft stärker auf diese Art zusammenarbeiten?

Hintergrund dessen ist folgender: Die sich schneller entwickelnde Informations- und Kommunikationstechnologie nimmt einen immer größeren Stellenwert im Alltag der arbeitenden Menschen ein. Das ist soweit nichts Neues, sondern die Fortsetzung einer seit Mitte der 1980er Jahre eingesetzten Entwicklung.[10] Neu daran sind die Ergebnisse dieser Entwicklung: Da Speichermedien exponentiell wachsen, geht damit eine verbesserte und schnellere Hardware einher, eine intelligentere, nutzerfreundliche Software, sowie eine verbesserte Computerarchitektur; gleichzeitig werden diese Komponenten immer günstiger.[11] Dadurch wird die Verarbeitung, Speicherung und Übertragung von Daten und Informationen mit technischer Hilfe zu extrem geringen Kosten in großem Umfang möglich und berührt dadurch alle Formen menschlicher Arbeit, die schon immer direkt oder indirekt mit Informationen und Daten verbunden war.[12]

Manche sehen darin bereits seit Mitte der 1990er einem „Ende der Arbeit" entgegen.[13] Dies kann in einem positiven Sinne als Utopie gesehen werden, in der Technik den Menschen entlastet und er sich von der Arbeit als Last befreit. Diese Überlegung beflügelt wiederum von Neuem Diskussionen um das bedingungslose Grundeinkommen.[14]

Es kann jedoch auch als Dystopie verstanden werden, wo der Mensch durch Technik ersetzt wird und fortan keine Beschäftigung findet, gar von

---

9 *Manyika* et. al., MGI Report „Independent work: Choice, necessity, and the gig economy", October 2016, S. 27 ff., abrufbar unter: https://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy; im Folgenden: MGI 2016.

10 BT-Drs. 13/11004 vom 22.06.1998, Enquete-Kommission, S. 114.

11 *Brynjolfsson/McAfee*, The Second Machine Age, S. 53 ff.

12 *Picot/Hopf/Neuburger* in: Brenner/Hess (Hrsg.), Wirtschaftsinformatik und Wissenschaft in der Praxis, S. 299–308 (300).

13 *Rifkin*, Das Ende der Arbeit, Campus-Verlag 2016.

14 Statt vieler: *Brynjolffson/McAfee*, Second Machine Age, S. 280 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Maschinen kontrolliert wird. Was davon die künftige Wahrheit sein wird, wissen auch die zahlreichen hierzu erschienenen Studien nicht.[15] Jaron Lanier, ein kritischer Internet Pionier, mahnte dazu an:

> *„Die Ungleichheit verschärft sich nicht, weil Menschen nicht gebraucht werden, sondern wegen der Illusion, dass sie gar nicht da wären.“*[16]

Diesem Ausspruch liegt eine Wahrheit zugrunde, die ohne Studien validierbar ist: Menschen sind da. Die zukünftigen Herausforderungen werden sein, wie eine digitalisierte (Arbeits-)Welt diese Wahrheit umsetzt.

B. Forschungsstand

Crowd Work ist eine neue Arbeitsform, dementsprechend ist die dazugehörige Forschung noch in ihren Anfängen. Je nachdem von welcher Forschungsdisziplin man sich Crowd Work nähert, wird man unterschiedliche Kategorisierungen und Deutungen finden, was Crowd Work sei. Es ist auch der Aktualität des Themas geschuldet, dass populäre Begriffe wie *Sharing* oder *Gig Economy* ebenso wie *Arbeit 4.0* im Zusammenhang mit Crowd Work genannt werden. Das ist zunächst einmal nicht verwunderlich, denn neue Entwicklungen werden oft von neuen Schlagworten begleitet. Wichtig ist allerdings, dass das, was sich dahinter verbirgt, untersucht und strukturiert wird. Es ist an dieser Stelle nicht möglich für jedes Forschungsgebiet die verdiente Tiefe der Probleme abzubilden, daher werden im Folgenden die Probleme mit weiteren Nachweisen angerissen.

Da Crowd Work etwas ist, was sich im digitalen Raum abspielt, waren die ersten Wissenschaftszweige, die sich damit befassten, die Informatik und **Wirtschaftsinformatik**.[17] Dabei liegt der Fokus auf der Programmierung von Software, die Crowd Work Prozesse ermöglicht.

Aus Sicht der **Wirtschaftswissenschaften** ist u.a. relevant, ob ein Unternehmen überhaupt Aufgaben an die Crowd auslagert und wenn ja, wie sich die Crowd steuern zeigen lässt. Da oftmals Arbeitspakete und nicht die gesamte Leistungserstellung ausgelagert werden, ergeben sich Probleme insbesondere beim Management und der Organisation der Crowd.[18]

---

15 Hierzu unter § 2 C.
16 *Lanier*, Wenn Träume erwachsen werden, S. 391.
17 *Leimeister/Zogaj*, Literaturstudie 2013, Arbeitspapier Nr. 287 der HBS, S. 17.
18 *Leimeister* et. al., HBS Study Nr. 324, 2016, S. 7 ff., *Hammon/Hippner*, Wirtschaftsinformatik 2012, S. 165–168.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Sozialwissenschaftliche Untersuchungen sind vor allem davon geprägt die Crowd Worker und die Bedingungen ihrer Arbeit darzustellen. Stark hervorzuheben sind hier die Prekaisierungstendenzen, die durch Crowd Work befürchtet werden, ebenso wie die Erhöhung des Drucks auf andere Arbeitsverhältnisse.[19] Auch die **Rechtswissenschaften** haben das Thema Crowd Work auf ihrer Agenda: An der Viadrina Universität in Frankfurt/Oder gab es ein Projekt, das Crowd Work interdisziplinär betrachtete. Der rechtswissenschaftliche Teil wurde von Professorin *Eva Kocher* und *Isabell Hensel* bearbeitet.[20] Darüber hinaus ist eine Reihe von Aufsätzen in Fachzeitschriften erschienen.[21] Die arbeitsrechtliche Sektion des 71. Deutschen Juristentages 2016 stand unter der Überschrift „*Digitalisierung der Arbeitswelt – Herausforderungen und Regelungsbedarf*". Darin findet sich eine kurze rechtliche Einordnung von Crowd Work.[22] Weiterhin ist ein Sammelband mit Aufsätzen unter Herausgeberschaft der 2. Vorsitzenden der IG Metall, Christiane Benner, mit dem Titel „*Crowdwork – Zurück in die Zukunft?*" zu nennen.[23] Aus der Schriftenreihe des Hugo-Sinzheimer-Institutes ist eine rechtsvergleichende Untersuchung mit dem Titel „*Crowdwork – A Comparative Law Perspective*" erschienen.[24] Nach Kenntnis der Verfasserin sind drei rechtswissenschaftliche Dissertationen mit unterschiedlichen Schwerpunkten zu dem Thema erschienen.[25] Über den rein wissenschaftlichen Kontext hinaus haben sich der Bundestag, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales sowie verschiedene Stiftungen mit dem Thema Crowd Work befasst. Dabei ging es in erster Linie darum abzustecken, ob und wie Crowd Work in Deutschland verbreitet ist.[26]

---

19 Beispielhaft: *Boes* et. al., Cloudworking und die Zukunft der Arbeit, 2014.

20 *Hensel/Koch/Kocher/Schwarz*, Ind. Bez. 2016, S. 162–185; *Hensel/Kocher*, NZA 2016, S. 984–990; *Hensel* et. al. (Hrsg.), Selbstständige Unselbstständigkeit, Nomos Baden-Baden 2019.

21 Diese werden umfassend im 2. Teil besprochen.

22 *Krause*, Gutachten B zum 71. Deutschen Juristentag 2016, S. 99–108.

23 *Benner* (Hrsg.), Crowdwork – zurück in die Zukunft?, Bund Verlag 2015.

24 *Waas /Liebman /Lyubarsky /Kezuka*, Crowdwork, A Comparative Law Persepective, HSI Schriftenreihe Band 22, 2017.

25 Österr. Rechtslage: *Warter*, Crowdwork, OGB Verlag 2016; dt. Rechtslage: *Pacha*, Crowdwork, ZAAR Schriftenreihe 46 2018; *Walzer*, Der arbeitsrechtliche Schutz der Crowdworker (im Folgenden: Crowdworker), Nomos 2019. Kenntnisstand Mai 2020.

26 Auswahl: BT Drucksache 18/2727 Oktober 2014, Wandel von Arbeit im Digitalen Zeitalter; BMAS, Grünbuch und Weißbuch Arbeiten 4.0 April 2015 und November 2016; HBS, Arbeitspapier Nr. 287 vom Juli 2013, Study Nr. 323 und 324 vom Mai und Juli 2016.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

C. Gang der Untersuchung

Die Arbeit folgt einer Dreiteilung:

Im ersten Teil ist neben der Einführung in das Thema, der Grundlagenteil verortet. Hier werden die unterschiedlichen Begriffe, die einem bei Crowd Work begegnen, erläutert. Zuerst wird eine Abgrenzung von Crowd Work zu Crowdsourcing vorgenommen (§ **2 A.**). Daran anschließend wird Crowd Work mit seinen unterschiedlichen Arbeitsformen erläutert (§ **2 B.**). Diese theoretischen Grundlagen werden um die bisherigen empirischen Erkenntnisse erweitert (§ **2 C.**). Die Studienlage zu Crowd Work ist bereits umfangreich. Dieser Teil der Arbeit dient auch der Zusammenfassung und Sortierung der empirischen Erkenntnisse; dabei wird die Sicht auf die Crowdsourcer, Plattformen und die Crowd Worker offengelegt. Am Ende der ersten Teiles werden Plattformen für Erwerbsarbeit in einem größeren Kontext der Plattformökonomie verortet (§ **2 C. IV.**).

Der zweite Teil bildet den Schwerpunkt der Untersuchung. Hier wird eine Fallanalyse für zwei Crowd Work Plattformen vorgenommen und es wird anhand – im Selbstversuch – gesammelter Tatsachen und anhand der AGB eine arbeitsrechtliche Einordnung vorgenommen (§ **3 B.**). Vorangestellt ist eine umfassende Analyse des in der (arbeits-) rechtlichen Literatur bisher geführten Diskurses (§ **3 A.**).

Der dritte Teil weitet seinen Fokus und schaut zum einen auf weitere Modelle zur Bestimmung des Arbeitnehmerbegriffes (§ **4 A.**).

Von dort aus wird der Blick auf das europäische Arbeitsrecht mit dem Fokus auf dem dortigen Arbeitnehmerbegriff gelenkt (§ **4 B.**).

Die Arbeit endet mit Überlegungen, die danach fragen, wie Crowd Workern bzgl. ihrer spezifischen Probleme mit Plattformen geholfen werden kann (§ **4 C.**).

Zusammenfassung und Fazit finden sich unter § **5 A. und B.** der Arbeit.

§ 2 Grundlagen

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, verändern moderne Informations- und Kommunikationstechnologien, allen voran das Internet, unsere Arbeitswelt.

Neue Arbeitsformen wie Crowd Work erfordern daher eine grundlegende Einführung, da eine rechtliche Einordnung nur erfolgen kann, wenn der tatsächliche Gegenstand und seine soziale Wirklichkeit definiert wurden. Unter § 2 werden daher die Grundlagen für das Thema gelegt.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

A. Crowdsourcing

I. Begriff und Darstellung verschiedener Definitionen

1. Unternehmensbezogene Definitionen

Der Informatiker und Journalist *Jeff Howe* erwähnte den Begriff Crowdsourcing erstmals im Jahr 2006 in einem Beitrag der US-amerikanischen Zeitschrift Wired Magazine.[27] Er erklärte darin, wie sich Unternehmen zur Erledigung von Tätigkeiten nicht nur des klassischen Outsourcings bedienen, sondern, wie sie zu erledigende Aufgaben in die virtuelle Welt auslagern, die dort von den Nutzer/innen des Internets gegen Entgelt erledigt werden können.[28]

Er beschrieb es so: „*(….) smart companies in industries as disparate as pharmaceuticals and television discover ways to tap the latent talent of the crowd. The labor isn't always free, but it costs a lot less than paying traditional employees. It's not outsourcing; it's Crowdsourcing*".[29]

Insoweit stellt der Begriff eine Wortneuschöpfung, zusammengesetzt aus den Begriffen *outsourcing* und *crowd* dar. Der Unterschied zum Outsourcing liegt darin, dass darunter eine Auslagerung einer definierten Aufgabe an Drittunternehmen oder eine bestimmte Institution bzw. einen Akteur verstanden wird. Crowdsourcing hingegen lagert (Teil-)Aufgaben an die Masse der Menschen aus, die das Internet nutzen – die Crowd.[30]

In dieser Definition wird Crowdsourcing ausschließlich als Arbeitskonzept für Unternehmen verstanden.[31] Der Soziologe *Darren Brabham* verband das Konzept Crowdsourcing ebenfalls ausschließlich mit Unternehmen und definierte es so:

---

27 Online Zeitschrift mit Schwerpunkt auf Informatik, Gesellschaft, Digitale Technologien; www.wired.com.

28 *Howe*, The rise of Crowdsourcing, Wired Magazine, 2006, S. 1–4 abrufbar unter: https://www.wired.com/2006/06/crowds/, abgerufen am 11.06.2020.

29 Ebd.; *Übersetzung: „Schlaue Unternehmen aus unterschiedlichsten Bereichen wie der Pharma- oder Fernsehindustrie etablieren unterschiedliche Möglichkeiten, um das verborgene Talent der Crowd zu erfassen. Diese Arbeit ist nicht immer kostenlos, aber deutlich günstiger im Vergleich zur Bezahlung klassischer Mitarbeiter. Es ist nicht Outsourcing; es ist Crowdsourcing."*

30 *Leimeister*, Crowdsourcing, Controlling und Management 2012, S. 388–392.

31 *Leimeister/Zogaj*, Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing, Literaturstudie. In: Hans-Böckler-Stiftung – Arbeitspapier Nr. 287, 2013, S. 17. Im Folgenden: *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

> *„A company posts a problem (…), a vast numer of individuals (the „crowd") offer solutions to the problem, (…) and the company mass produces the idea for its own gain."*[32]

2. Ausweitung der Definition

In einer Literaturstudie der Hans-Böckler-Stiftung, durchgeführt von *Leimeister/Zogaj* aus dem Jahr 2013, wird darauf verwiesen, dass in den letzten Jahren über 40 unterschiedliche Definitionsansätze für Crowdsourcing erfasst wurden.[33] Im Rahmen dieser Arbeit wurden auch die verschiedenen Definitionen untersucht. Sie enthielten die oben genannten unternehmensbezogenen Definitionen. Indes legten andere Untersuchungen unterschiedliche Schwerpunkte und definierten auch andere Aktivitäten, die die Masse der Internetnutzer/innen ansprach, ebenfalls als Crowdsourcing. Dabei waren insbesondere Aktivitäten im Blick, wo nicht ein Unternehmen Aufrufe gestartet hatte, sondern Organisationen oder Institutionen.

Das bekannteste Beispiel dürfte die Online Enzyklopädie Wikipedia sein, die ausschließlich durch die Gemeinschaft der Internetnutzer/innen geschrieben wird.[34] Die Tatsache, dass Crowdsourcing eine so neue Erscheinung war, ließ verschiedene Definitionen zu, die den Schwerpunkt meist auf den jeweils betrachteten Zusammenhang lenkten. Schließlich weitete auch der Urheber des Begriffes Crowdsourcing, *Jeff Howe*, seine ursprünglich unternehmensbezogene Definition wie folgt:

> *„Crowdsourcing ist the act of taking a job traditionally performed by a designated agent (usually an employee) and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call."*[35]

---

32 *Brabham*, Convergence 2008, S. 75–90 (76). Übersetzung: *„Ein Unternehmen veröffentlicht ein Problem (…), eine große Anzahl von Personen (die „Crowd") stellt Lösungen zu diesem Problem bereit und das Unternehmen verwendet die Ideen für die eigene Massenanfertigung."*

33 *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 18.

34 *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 18.

35 *Howe*, Webblog von Jeff Howe 2010; mitgeteilt bei Leimeister, Crowdsourcing, Controlling und Management 2012, S. 388–392; Übersetzung: *„Crowdsourcing beschreibt die Auslagerung von Jobs, die traditionell von festgelegten Akteuren (meist Arbeitnehmern) durchgeführt werden, an eine unbestimmte und zumeist große Gruppe an Leuten mittels eines offenen Aufrufes."*

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Bei dieser Definition wird deutlich, dass es sich bei den Tätigkeiten und Aufgaben, die durch Crowdsourcing bewältigt werden, um solche handelt, die vormals durch Selbstständige oder Angestellte erledigt wurden. Es steht nicht mehr das Unternehmen oder der Betrieb im Vordergrund, denn die Leistungserstellung findet nicht zwangsläufig dort statt. Das Ganze soll am Beispiel *Wikipedia* erläutert werden: Das Internet schafft die Infrastruktur für schnell verfügbares Wissen, im Falle von Wikipedia in Form einer Online-Enzyklopädie. Vor dem Internet brauchte es einen Verlag, der in irgendeiner Form Mitarbeiter/innen (Selbstständige/Arbeitnehmer/innen) hatte, um eine Enzyklopädie zu erstellen. So benötigte die Enzyklopedia Britannica mehr als 4000 bezahlte Beschäftigte und 100 Vollzeit Lektoren.[36] In heutigen Zeiten braucht es das nicht, weil der Aufruf, Wissen zu generieren, online erfolgt und jeder Mensch weltweit mitmachen kann. Wikipedia tut dies nicht als Unternehmen im wirtschaftlichen Sinne, sondern als ein freier Akteur. Die Menschen, die Wikipedia erschaffen, tun es nicht als Selbstständige oder Angestellte von Wikipedia. Die heutigen Strukturen sind dem traditionellen Verständnis, dass Leistung durch ein Unternehmen und seine Beschäftigen erstellt wird, entwichen. Das ist der Grund, weshalb Crowdsourcing keine unternehmensbeschränkte Erscheinung ist.

Im Rahmen der weiteren Forschung auf dem Gebiet des Crowdsourcing sind *Leimeister et. al.* 2015 zu einer allgemeinen Definition gekommen, die versucht alle Formen von Crowdsourcing zu erfassen:

> „*Beim Crowdsourcing schlägt ein Crowdsourcer, der Unternehmung, Organisation, Gruppe oder Individuum sein kann, einer undefinierten Menge von potentiell Mitwirkenden (Crowdsourcees, Crowd Worker) eine Aufgabe über einen offenen Aufruf vor. Diese Crowd Worker, die Individuen, formelle oder informelle Gruppen, Organisationen oder Unternehmen sein können, übernehmen die Bearbeitung der Aufgabe. Der folgende Interaktionsprozess erfolgt über IT-gestützte Crowdsourcing-Plattformen.*“[37]

36 Mitgeteilt bei *Howe*, Crowdsourcing, S. 109.

37 *Leimeister/Zogaj/Durward/Blohm*, Systematisierung von Crowdsourcing-Anbietern und Crowd-Work-Projekten, Study Nr. 324 der Hans-Böckler-Stiftung, Mai 2016, S. 13. Im Folgenden: *Leimeister et. al*., HBS Study Nr. 324.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Crowdsourcing selbst beruht danach auf drei Kernelementen, die zugleich die Akteure des Crowdsourcings festlegen[38]:

1. Es gibt einen offenen Aufruf zur Durchführung von Aufgaben. Dieser erfolgt durch den Auftraggeber, auch Crowdsourcer oder Initiator genannt.[39]
2. Die Mitwirkenden, bzw. Crowd Worker entscheiden per Selbstselektion, ob sie teilnehmen möchten. Crowd Worker werden in Anlehnung an das Wort Crowdsourcing auch Crowdsourcees genannt. Gelegentlich findet sich auch die Bezeichnung Digital Worker.[40]
3. Der Interaktionsprozess erfolgt über IT-gestützte Plattformen. Diese können vom Crowdsourcer selbst aufgesetzt worden sein, sei es als betriebsinterne Plattform oder als externe Plattform, die allen Internetnutzern offen steht. Es kann auch ein Crowdsourcing-Intermediär als Vermittler zwischen Crowdsourcer und Crowd Worker eingesetzt werden. Ein Crowdsourcing Intermediär ist selbst ein Unternehmen, das eine IT-gestützte Plattform betreibt, seinerseits eine aktive Crowd aufbaut, die aus Internetnutzern aus aller Welt bestehen kann und Crowdsourcing betreibenden Unternehmen die Möglichkeit bietet, Aufgaben und Tätigkeiten über die aufgesetzte Plattform auszulagern.[41]

Dieser Ansatz verdeutlicht, dass Crowdsourcing keinen herkömmlichen Organisationsstrukturen folgt. Durch Crowdsourcing kann etwas gänzlich Neues entstehen, das weder einen betrieblich verfassten Ort noch feste Beschäftigte braucht.

Die Leistungsfähigkeit des Crowdsourcings liegt in der Aggregation der Vielfalt von Wissen und Ressourcen von unterschiedlichen und unabhängigen Mitwirkenden sowie der Möglichkeit der Zerlegung, Verteilung, Parallelisierung, Standardisierung und Automatisierung sowie anschließenden Aggregation von Teilaufgaben.[42] Diese Vielfalt wird verdeutlicht, wenn man sich die Ausprägungsformen des Crowdsourcings näher anschaut.

---

38 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 4.
39 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 16.
40 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 13.
41 *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 21.
42 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 425.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

3. Ausprägungsformen des Crowdsourcings

Crowdsourcing an sich ist ein Organisationsprinzip, das in der Regel nach den oben aufgezeigten Kernelementen funktioniert. Die Verbreitung des Crowdsourcings geht vor allem auf den Fortschritt in der Informations- und Kommunikationstechnologie zurück.

Man spricht dabei von sog. „Enablern", also „Ermöglichern"; der wichtigste Enabler ist dabei das Internet als Web 2.0.[43] Das Web 2.0 ist nach der Dotcom-Blase 2000/01 aus dem World Wide Web (Internet) entwickelt worden.[44] Er bezieht sich weniger auf eine neue Technologie, sondern eher auf eine neue Nutzung des Webs vom Einweg-Informationslieferanten zum interaktiven Medium.[45] Es geht vor allem darum, dass die Internetgemeinde nun nicht mehr bloß Inhalte und Produkte konsumieren sollte, sondern mittels Anwendungen wie Feedback-Funktionen und Blogs eigene Inhalte herstellen konnte. So geschieht auch die Nutzung der Plattformen mittels Social Media Anwendungen. Das Internet stellt so einen verwendungsoffenen Raum dar, der soziale Interaktion und den Austausch bzw. Konsum von Informationen erlaubt.[46] Die Möglichkeiten Crowdsourcing zu nutzen sind so vielfältig wie das Internet selbst. Möchte man eine Kategorisierung der Ausprägungsformen vornehmen, so können drei Spielarten des Crowdsourcings ausgemacht werden, anhand derer sich die meisten Initiativen einordnen lassen. Das sind Crowdvoting, Crowdfunding und Crowdcreation.[47]

Eine Spielart des Crowdsourcings ist das **Crowdvoting**. In dessen Rahmen wird die Crowd zu Bewertungen, Abstimmungen, Meinungen oder Empfehlungen aufgerufen. Die Auslagerung betrifft hier Auswahl- und Entscheidungsprozesse.

Die Prämisse dabei ist, dass durch eine größere Anzahl an Bewertungen, die Meinungen oder Empfehlungen repräsentativer werden und sich

---

43 *Pelzer/Wagner* in: Wagner/Lahme/Breitbarth (Hrsg.), CSR und Social Media, S. 172.

44 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 407.

45 *Fischer/Hofer*, Lexikon der Informatik, Web 2.0, S. 990. Sie meinen der Begriff sei nicht interessenneutral und in den befassten Wissenschaften kritisch zu bewerten; ausführl. Diskussion u.a. bei *Alpar/Blaschke*, Web 2.0, S. 4 f. Der Begriff wird hier verwendet, da er trotz dieser Diskussion, eine große gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung hat.

46 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 16.

47 Die Ausführungen zu Crowdvoting,- funding und -creation sind entnommen bei: *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 22.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

daraus der Informationswert für den einzelnen Menschen erhöht. So werden Bewertungen bei Online-Händlern insbesondere dazu genutzt, um Konsumenten weitere Angebote zu unterbreiten, die mit ihren bisherigen Kaufgewohnheiten korrespondieren.

Das **Crowdfunding** hat als Ausprägungsform von Crowdsourcing in den letzten Jahren große Beliebtheit erfahren. Beim Crowdfunding wird die Crowd zur Finanzierung von Projekten herangezogen. Es finden sich hier die drei Kernelemente des Crowdsourcings wieder: Ein Initiator bzw. Crowdsourcer stellt das zu finanzierende Projekt mittels eines offenen Aufrufes dar. Die interessierte Crowd kann entscheiden, ob sie das Projekt finanziell unterstützt. Der Aufruf wird meist über die Plattform eines Intermediärs geschaltet. Den Möglichkeiten sind kaum Grenzen gesetzt: Soziale Projekte fördern, Filme und Musik finanzieren, Startups mit Kapital versorgen und sehr viel mehr.[48]

Die am meisten verbreitete Erscheinungsform von Crowdsourcing ist **Crowdcreation**; dabei geht es allgemein um die Erstellung und Entwicklung von Problemlösungen, Ideen, Designs und Konzepten.[49] Es können in der Praxis so viele Crowdcreation Initiativen ausgemacht werden, dass Beispiele am besten verdeutlichen, was alles unter Crowdcreation fallen kann. Wikipedia ist bereits oben genannt worden. Alle Teilnehmenden produzieren in diesem Fall Informationen. Auch auf anderen Plattformen produzieren die Teilnehmenden Inhalte. Sehr bekannt sind hier YouTube, Facebook und Instagram. Die Nutzer/innen dieser Plattformen generieren den Inhalt der Plattform durch das Posten von Videos und Bildern. Die Plattformen selbst stellen nichts her. Die Crowdcreation geht hier sogar so weit, dass die Plattformen mit fremden Inhalten werbefinanzierte Geschäftsmodelle begründen konnten.

II. Ursprung des Crowdsourcings

Howe meint, das Geniale am Crowdsourcing sei, dass die Leistungserstellung nicht mehr an eine Person delegiert werden muss; die Leistungserstellung selbst steht im Mittelpunkt und Nutzer/innen können sich daran beteiligen.[50] Er geht sogar so weit zu sagen: „*Given the right conditions, crowd*

48 Anschauliche Beispiele und Möglichkeiten unter www.crowdfunding.de abgerufen am 11.05.2020.

49 *Leimeister et. al*., HBS Study 324, S. 14.

50 *Howe*, Crowdsourcing, S. 15.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

will almost always outperform any number of employees."[51] Die Annahme ist, dass sich unter bestimmten Bedingungen von mehreren Menschen bessere Lösungen für Probleme finden lassen als es Menschen einzeln gelingen könnte. Das dahinter stehende Prinzip heißt Schwarmintelligenz.

Darüber hinaus gibt es gewisse Verwandtschaften von Crowdsourcing, Open Source, Open Innovation und user-generated content. Aus Sicht der Verfasserin sind gerade die Verwandtschaften zur Abgrenzung der Gegenstandes wichtig. In verschiedenen Situationen ist aufgefallen, dass bei der Erklärung von Crowd Work und Crowdsourcing Nachfragen kommen, etwa dergestalt: „Ist *YouTube/Facebook/Twitter* dann auch Crowd Work"?

Viele aktuelle Erscheinungen des Internets weisen Schnittmengen auf, aber unterscheiden sich auch sehr voneinander. Da Einiges im Fluss und auch umstritten ist, erfolgt ein allgemeiner Überblick, der dann naturgemäß nicht umfassend ist.

1. Die Weisheit der Vielen

Der Zusammenhang von der Weisheit der Vielen zu Crowdsourcing wird deutlicher, wenn man die englische Bezeichnung betrachtet, crowd wisdom oder wisdom of the crowd.

Die sogenannte Schwarmintelligenz oder auch Weisheit der Vielen bezeichnet eine Erscheinung, wonach eine Gruppe von Menschen intelligentere Entscheidungen oder Lösungen hervorbringen kann als Einzelne. Diese These steht schon seit Jahrhunderten und über die Disziplinen verteilt in starker Kritik.[52]

Nach *Surowiecki* kommt Schwarmintelligenz auch nicht einfach zustande indem man viele Menschen zusammenbringt, sondern nur unter Einhaltung bestimmter Bedingungen kann der Schwarm intelligenter sein. Der Vollständigkeit halber werden diese Bedingungen kurz zusammengetragen. Diese sind Meinungsvielfalt, Unabhängigkeit, Dezentralisierung und Aggregation.

Die These ist folgende: Eine Gruppenentscheidung ist meist besser, wenn sie von Menschen mit unterschiedlichen Meinungen gefällt wird; jeder Mensch hat einen unterschiedlichen Zugang zu Informationen und je nachdem welchen beruflichen und sozialen Hintergrund er/sie hat, wird

---

51 *Howe*, Crowdsourcing, S. 11.

52 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 12 mit Hinweis auf *Le Bon*, Psychologie der Massen, 1895.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

er/sie diese Informationen auch anders verarbeiten und sich anders in die Gruppe einbringen. Surowiecki zufolge wirkt sich diese Art von Diversität positiv auf eine Entscheidung aus, weil sie neue Perspektiven einbringt, die in einer homogenen Gruppe ausbleiben würden.[53] Grundsätzlich kann man sagen, je größer die Gruppe ist, desto eher stellt sich die Diversität der Meinungen ein; beispielsweise sind Wählerschaften oder Märkte bereits durch ihre Größe mit einer gewissen Diversität ausgestattet. Umgekehrt lässt sich aber sagen, dass bei kleineren Gruppen in Organisationen, die Meinungsvielfalt gefördert werden muss, da sie sonst in den Einfluss voreingenommener Mitglieder kommen können und so eine gute Problemlösung vereitelt werden kann. *Surowiecki* bezieht sich bei diesen Überlegungen auf den Organisationstheoretiker *James G. March*, dessen Auffassung zufolge, es Gruppen mit einander allzu ähnlichen Mitgliedern schwer falle hinzuzulernen, weil jedes ihrer Mitglieder weniger an neuen Informationen einbringe.[54] In Bezug auf Unternehmen bedeutet diese Diversität, dass unerfahrene Neuankömmlinge nicht das replizieren, was alle Angestellten bereits kennen. Selbst, wenn sie einen niedrigeren Wissensstand haben, kann ihr Zugewinn in der Andersartigkeit bestehen.

Allerdings genügt Meinungsvielfalt allein nicht, um eine klügere Gruppenentscheidung zu treffen. Die Unabhängigkeit der Meinungen ist wichtig für eine kluge Gruppenentscheidung. Sie verhindert die Wechselbeziehung individueller Fehler.[55]

Unabhängigkeit ist freilich kein einfacher Begriff. *Surowiecki* erkennt es selbst, wenn er sagt, dass wir Menschen einerseits autonome, aber eben auch gesellige Wesen sind, die durch unser Umfeld geprägt werden.[56] Im Grunde meint diese Voraussetzung, dass die Meinung des Einzelnen nicht vorher durch die Gruppe festgelegt sein darf. Dies könnte man gewährleisten, indem jedes Mitglied einer Gruppe mit einem Problem zunächst alleine befasst ist, so dass die Beeinflussung durch ein herausragendes Mitglied der Gruppe unterbleibt.

Als drittes Element, einer potentiell klugen Entscheidung des Schwarms, wird die Dezentralisierung gesehen. In ihrem Grundgehalt bedeutet Dezentralisierung, dass eine Form von Macht nicht bei einem Zentralorgan verbleibt, sondern auf viele Organe verteilt wird. Die Aus-

53 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 56 und alles Folgende dieses Abschnitts bis zur nächsten Fn.
54 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 58.
55 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 70.
56 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 71.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gestaltung dieses Prinzips ist an vielen Stellen zu erkennen: In unserer Wirtschaftsform als Marktwirtschaft, bei Kapital- und Aktiengesellschaften oder bei Peer-to-peer-Computernetzwerken.[57] Während man bei den ersten beiden Voraussetzungen auf die Vielfalt und Unabhängigkeit der Meinungen setzte, geht es hier um das individuelle Wissen und die Spezialisierung von Einzelnen. Menschen erkennen Lösungen, wenn sie einem Problem näher stehen.[58] So begleitet die Dezentralisierung beispielsweise ein großes Projekt der Open-Source Bewegung, nämlich das alternative PC Betriebssystem Linux. Da es quelloffen ist (siehe dazu sogleich), können weltweit Programmierer/innen daran arbeiten.

Das vereinfacht die Lösung von Problemen, wie *Raymonds*, einer der Begründer der Open-Source Bewegung, feststellt: „*Given enough eyeballs, all bugs are shallow.*"[59] Schließlich bezieht sich die letzte Bedingung der Aggregation darauf, dass alle vorherigen zusammengeführt werden müssen, um zu einer Problemlösung beizutragen.

2. Open-Source, Open Innovation und User-generated content

Es bestehen gewisse Verwandtschaften von Crowdsourcing zu Open Source, Open Innovation und user-generated content. Der folgende Abschnitt zeigt diese Verwandtschaften kurz auf.

In seiner ursprünglichen und auch heute noch gültigen Bedeutung bezeichnet Open Source Software, die quelloffen ist, d.h. der Quelltext liegt in einer für Programmierer/innen verständlichen Form vor. Etwas vereinfacht gesprochen, ist es das, was „hinter" der für Nutzer/innen sichtbaren Software steht. Bei kommerziellen Produkten wird der Quellcode in der Regel nicht offengelegt, da sie nicht verändert und v.a. nicht kostenlos genutzt werden soll. Die offene Software hingegen darf verändert und in der veränderten Form weitergegeben werden, ihre profitorientierte Verwendung ist jedoch strafbar (sog. *copy-left-Lizenz* in Anlehnung an *Copyright*).[60] Die ganze Bewegung geht auf die 1970er Jahre zurück als deren wohl prominentestes Produkt *Linux,* das alternative Betriebssystem

57 *Surowiecki,* Die Weisheit der Vielen, S. 105.
58 *Surowiecki*, Die Weisheit der Vielen, S. 107.
59 *Raymonds*, The Cathedral and the Bazar, S. 9 in der PDF Version verfügbar unter: http://www.unterstein.net/su/docs/CathBaz.pdf, abgerufen am 11.05.2020. Übersetzung: „Bei einer hinreichend großen Zahl von Augen, sind alle Fehler oberflächlich."
60 *Chatfield*, 50 Schlüsselideen Digitale Kultur, S. 157.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

für PCs, hervorging.[61] Neben der copy-left Lizenz gibt es noch eine weitere wichtige Lizenz, die hier erwähnt werden soll, nämlich die der Creative Commons.[62] Das wohl berühmteste Projekt, das unter dieser Lizenz läuft, ist das bereits erwähnte Lexikon Wikipedia.

Wie bereits oben angedeutet, schafft das Web 2.0 eine Infrastruktur mittels derer Nutzer/innen des Internets den Input für Innovationsprozesse liefern können. Darunter fällt die Open Innovation. Dabei gibt es zum einen die Perspektive der Unternehmen, die offene Innovationprozesse vor allem mit Blick auf die ökonomische Verwertung vorantreiben.

Auf der anderen Seite stehen die Innovationsaktivitäten durch Kund/innen, Nutzer/innen und Communities zur Schaffung von neuen Werten.[63]

Etwas, was das Web 2.0 in großem Ausmaß hervorgebracht hat, ist der user-generated content (ugc). Es beruht auf dem kollaborativen Engagement der Internetnutzer/innen, welche Inhalte generieren, aufsuchen, bewerten und verwalten – also genau das Partizipative des Web 2.0 hervorbringen.[64] Die hier für uns öffentlich präsentesten Plattformen sind YouTube, Facebook und Instagram, da sie komplett von den Beiträgen ihrer Community leben. Daneben gibt es noch unzählig viel mehr Plattformen, die durch ugc betrieben werden und für ihre Communities sehr wichtig sind. Ähnlich wie bereits bei Open Innovation kann user-generated content mittels Crowdsourcing funktionieren.

3. Schlussfolgerungen für Crowdsourcing

Die Bedingungen, die nach *Surowiecki* notwendig sind, um eine Gruppenentscheidung besser als eine Einzelentscheidung zu machen, finden sich auch im Crowdsourcing Prozess. Crowdsourcer schlagen einer Organisation, Gruppe oder Individuum, einer undefinierten Menge von potentiell Mitwirkenden, kurzum der Crowd, eine *Aufgabe als offenen Aufruf* vor. Da sich die Crowd aus einer Vielzahl unterschiedlicher Menschen zusammensetzen kann, hat man zwangsläufig die Bedingung der Meinungsvielfalt erfüllt. Ebenso zwangsläufig erfüllt sich die Bedingung der Unabhängig-

61 *Raymonds*, The Cathedral and the Bazar, S. 9.
62 Mittlerweile eine sehr einflussreiche gemeinnützige Organisation „Creative Commons“: https://de.creativecommons.org/, abgerufen am 18.09.2019.
63 *Menez/Kahnert/Blättel-Mink* in: Beyreuther et. al. (Hrsg.), consumers@work, S. 24 f.
64 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 399.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

keit, da die Crowd eben nicht in die Unternehmung der Crowdsourcer eingebunden ist.

Diese Crowd Worker können Individuen, formelle oder informelle Gruppen, Organisationen oder Unternehmen sein und die Bearbeitung der Aufgabe übernehmen. Das entspricht dem Aspekt Dezentralisierung, weil sie ihr spezifisches Wissen von außen einbringen und sie im Grunde überall sein können. Der Interaktionsprozess erfolgt über IT-gestützte Crowdsourcing-Plattformen, welche die Grundlage für die Aggregation schaffen. Die Möglichkeit schafft das Internet, weil es zerstreutes Wissen von Individuen zusammenbringen und nutzbar machen kann.[65] Kritisch merkt der Soziologe *Pongratz* an, dass verschiedene Crowd Work Modelle, wie sie nachher noch vorgestellt werden, kaum die „Schwarmintelligenz" ausnutzen wollen, sondern sie Arbeit erledigt haben wollen und hierzu Konkurrenzbeziehungen innerhalb der Crowd aufgebaut werden sollen.[66]

Die **Verwandtschaft von Open-Source zu Crowdsourcing** besteht insoweit als es hier eine Art offenen Aufruf gibt, bestimmte Aufgaben zu verrichten. Jeder kann selbst entscheiden, ob er etwas beiträgt oder nicht. Allerdings gibt es keinen Intermediär, der die Steuerung des Prozesses übernimmt. Zwar kann eine Steuerung gegeben sein, aber diese erfolgt nicht wie beim Crowdsourcing über einen ausgelagerten Intermediär. Außerdem stehen der Open-Source Bewegung stärkere altruistische Motive im Vordergrund, während das bei Crowdsourcing ein Aspekt von vielen sein kann.

Die Nähe von **Open Innovation zu Crowdsourcing** zeigt sich darin, dass mittels Crowdsourcing Open Innovation betrieben werden kann.

So betreiben Unternehmen eigene Innovationsplattformen, um neues Wissen von außen – gerade auch von Kund/innen – zu generieren. Dies verdeutlicht, dass Crowdsourcing ein Organisationsprinzip ist, welches mit unterschiedlichen Absichten betrieben werden kann.

Die Verbindung von **user-generated-content zu Crowdsourcing** besteht v.a. in der Bildung einer Community, also einer Crowd, die das Internet als Raum der Produktion nutzt.[67]

---

65 *Howe*, Crowdsourcing, S. 140.

66 *Pongratz*, New technology, work and employment, 2018, S. 58–73; *Pongratz/Bormann*, AiS 2017, S. 158–181 (161).

67 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 19.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

B. Crowd Work

I. Crowd Work – Begriff und Abgrenzung

Unter § 2 A. wurde das Prinzip Crowdsourcing in seinem grundlegenden Konzept erklärt. Im Folgenden gilt es, auf das Zusammenspiel von Crowdsourcing und Crowd Work einzugehen. Sind es synonyme Begriffe? Welche Elemente des Prinzips Crowdsourcing werden für Crowd Work genutzt? Gibt es auch weitere Begriffe, deren Gemeinsamkeiten und Abgrenzungen zu Crowd Work geklärt werden müssen?

1. Crowdsourcing als Crowd Work

Bei der Untersuchung, wie sich Crowdsourcing zu Crowd Work wird, fällt vor allem auf, dass die Worte oftmals synonym verwendet werden.[68]

Was man sich hier fragen muss, ist, ob Crowd Work nicht eine Unterart/Spielart von Crowdsourcing ist? Die erste Frage, die sich daher stellt ist, ob eine nähere Definition von Crowd Work überhaupt notwendig ist.

Eine synonyme Verwendung der Begriffe geht m.E. zu weit. Oben ist aufgezeigt worden, dass Crowdsourcing viele Ausprägungsformen mit unzähligen Unterarten haben kann. Dabei stehen oftmals intrinsische Motive wie Spaß an der Sache, innere Überzeugung, Mitmachen, Teilen der Fähigkeiten, Lob durch die Gemeinschaft, im Vordergrund.[69] Crowdsourcing kann aber auch extrinsische Motive beinhalten; ein solches ist die Bezahlung für eine bestimmte erbrachte Leistung. Wenn also jemand für die Erstellung von Inhalten auf einer Webseite bezahlt wird, dann ist das zunächst digitale Erwerbsarbeit. Der Austausch von Leistung gegen Geld für den Lebensunterhalt ist die Grundvoraussetzung von Erwerbsarbeit. Bei Crowd Work kommt noch hinzu, dass diese digitale Erwerbsarbeit nach dem Crowdsourcing Prinzip funktioniert.[70] Crowd Work kann jede Art von Crowdsourcing sein, bei der eine Leistung gegen Entgelt erbracht wird.

---

68 *Leimeister/Blohm/Zogaj* in: Brenner/Hess (Hrsg.), Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis, S. 51 ff.

69 *Leimeister*, ZfCM 2012, S. 389.

70 *Durward/Blohm/Leimeister*, Bus Inf Syst Eng 2016, S. 1.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

2. Definition Crowd Work

Von Crowdsourcing als Crowd Work wird in aller Regel dann zu sprechen sein, wenn es sich um digitale Erwerbsarbeit handelt, die nach den oben aufgezeigten Crowdsourcing Prinzipien organisiert ist.[71] Damit kann **Crowd Work** wie folgt definiert werden:

1. Plattformen für Crowd Work beruhen grundsätzlich auf den o.g. Prinzipien von Crowdsourcing.
2. Plattformen für Crowd Work adressieren alle bezahlte Erwerbsarbeit und tragen durch Crowd Work zu ihrem Lebensunterhalt bei, sei es durch Voll- oder Teilzeitbeschäftigung.[72]
3. Damit sollen insbesondere Plattformen, die hauptsächlich dem Open-Source/Open Innovation Modell und/oder dem user-generated content folgen, ausgeschlossen werden.[73] Intrinsische Motive spielen eine untergeordnete Rolle.
4. Des Weiteren erfolgt die Arbeitsleistung allein im Internet. Damit fallen die Gig Work Plattformen, deren Leistung in der analogen Welt erbracht wird, aus dem Prüfungsschema.[74]

Einer Auffassung zufolge müsse ein Aufruf nicht offen sein, damit von Crowd Work gesprochen werden könne.[75] Grund sei, dass es sehr viele Plattformen gebe, die eine Aufgabe nicht allen Crowd Workern einer Plattform anzeige, sondern ausgewählten Crowd Workern, die vorherige Arbeitserfahrungen der einzelnen Crowdworker mitberücksichtige. Das entspricht zunächst der Realität.[76] Die Frage geht m.E. dorthin zu fragen, was *offen* in diesem Sinne bedeutet. Ein offener Aufruf kann nur bedeuten, dass mit der gestellten Aufgabe nicht von vorneherein ein Individuum oder ein bestimmtes Unternehmen beauftragt wird. Vielmehr wird das zu lösende Problem in die Mitte gerückt und Mitglieder der Crowd sollen Lösungen liefern, vorschlagen oder sich darum bewerben.

Offen bezieht sich nicht auf die Crowd, sondern auf den Aufruf. Es schadet nicht, dass sich eine Aufgabe nicht an alle Mitglieder einer Platt-

---

71 *Leimeister/Durward/Zogaj*, Crowd Worker in Deutschland, Study Nr. 323 der Hans-Böckler-Stiftung, Juli 2016, S. 13; im Folgenden: *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323; *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowd Work, S. 16.

72 *Durward/Blohm/Leimeister*, Bus Inf Syst Eng 2016, S. 1.

73 Siehe hierzu unter § 2 A. II. 3.

74 Siehe sogleich unter § 2 B. I. 3.

75 *Warter*, Crowdwork, S. 30.

76 Die Arbeitsrealität auf Plattformen wird schwerpunktmäßig im 2. Teil behandelt.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

form richtet, sondern evtl. nur an eine vorausgewählte Crowd, die bereits ähnliche Aufgaben verrichtet hat. Die Crowd kann auch eine „Bereichsspezifische" sein. Der Aufruf ist dann in diesem Bereich „offen", da er sich offen an eine spezifische Crowd richtet.

Folgendes Schaubild kann den Platz von Crowd Work im Gesamtgefüge von digitaler Erwerbsarbeit und Crowdsourcing abbilden:

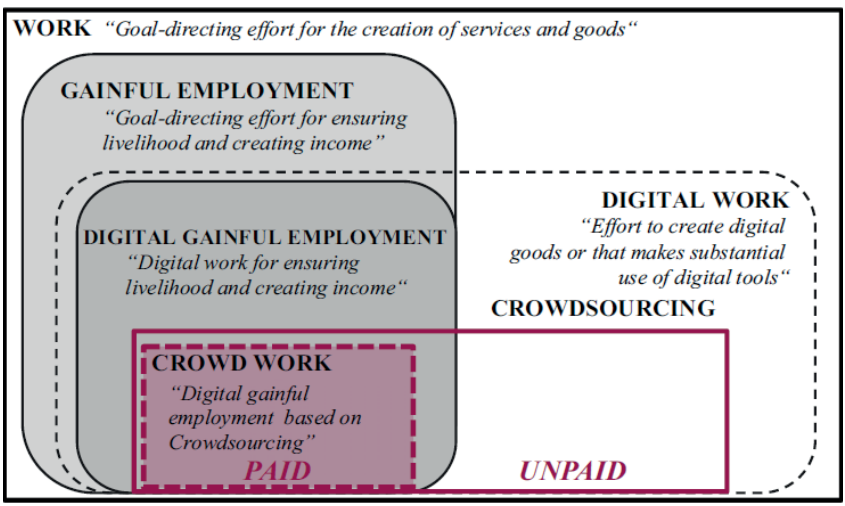


Abbildung 1: Durward, Bus Inf Syst. Eng. 2016, S. 3.

Das Verhältnis von Crowdsourcing zu Crowd Work könnte auch so verstanden werden, dass sich Crowdsourcing auf die kapitalbezogene Seite des Unternehmens beziehe, das die Leistungserstellung auslagere; Crowd Work beziehe sich dagegen auf die arbeits- und beschäftigtenbezogene Seite.[77] Die Begriffe Crowdsourcing und Crowd Work sind nicht als Gegensatzpaar zu betrachten. Es wurde aufgezeigt, dass Crowdsourcing kein Modell ist, das per se kapitalbezogen ist. Crowdsourcing ist vielmehr ein neues Organisations- und Wertschöpfungskonzept, das nicht nur unternehmensbezogen definiert werden kann.

Bei Crowd Work werden Aufgaben nicht wie im klassischen Unternehmenskontext innerhalb von Abteilungen oder Funktionen abgewickelt. Dabei werden funktions- beziehungsweise unternehmensübergreifende

77 Weisen darauf hin, verneinen es im Erg., *Hensel et. al.*, Industrielle Beziehungen (2) 2016, S. 162–186 (164).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

und unternehmensexterne Individuen in die Aufgabenlösung involviert. Diese können global verteilt sein und stellen dem Crowdsourcer ihre Arbeitskraft, also Zeit, Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung. Crowd Work ist somit nicht nur verändertes Arbeitsmodell, um Unternehmensaufgaben internetbasiert zu verteilen, sondern es ist eine neue Arbeitsorganisationsform.[78]

Leimeister et al. ordnen Crowd Work zwischen dem Arbeitsorganisationsprinzip Hierarchie und freier Markt ein. Ein Schaubild kann dies verdeutlichen:

Crowd Work als Wertschöpfungs- und Koordinationsmodell zwischen Markt und Hierarchie

Hierarchien in Unternehmen

Crowd Work

Markt

Abbildung 2: Leimeister et. al., W. Brenner, T. Hess (Hrsg.), Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis, Business Engineering, S. 55.

78 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowd Work, S. 13.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

3. Cloud, Gig und Crowd Work

Zwei weitere Begriffe findet man im Orbit der Crowd: Cloud und Gig Work.

a) Cloudworking

Cloudworking ist eine ortsungebundene Tätigkeit, die vollständig über das Internet abgewickelt werden kann.[79] Technischer formuliert umschreibt das Cloud Computing den Ansatz, IT-Infrastrukturen (z. B. Rechenkapazität, Datenspeicher, Datensicherheit, Netzkapazitäten oder auch fertige Software) über ein Netz zur Verfügung zu stellen, ohne dass diese auf dem lokalen Rechner installiert sein müssen.[80]

Damit findet Cloud Work nicht auf einer einzelnen Maschine statt, sondern auf einer Vielzahl von Servern, die über das Internet verteilt sind.[81]

Einige Soziolog/innen sehen in Cloudworking ein Analysekonzept für die Neukonstituierung von Arbeit.[82] Die dahinterstehende Überlegung ist Folgende: Cloud Work wird im Internet erbracht; das Internet ist sowohl ein sozialer Raum als auch ein Arbeitsraum; damit werden private und berufliche Sphären anschlussfähig. Ausgehend davon steht Cloudworking für

> *„alle Formen gesellschaftlicher Arbeit, die im globalen Informationsraum als neuartigem „Raum der Produktion" ihre für die Ausführung der Tätigkeiten bestimmenden Arbeitsmittel und Arbeitsgegenstände haben und deren Kooperation wesentlich über den Informationsraum als sozialen Handlungsraum vermittelt ist.*"[83]

Das Cloudworking Konzept erfasst damit unterschiedliche Formen von Arbeit. Es soll nicht nur Erwerbsarbeit, sondern alle Formen gesellschaftlicher Arbeit, die im Informationsraum stattfinden können, umfassen. Mit dem Begriff der *gesellschaftlichen Arbeit* knüpfen *Boes et. al* an das Marx'sche Verständnis von gesellschaftlicher Arbeit an. Dieses stehe für die „*Gesamt-*

---

79 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES Oktober 2016, S. 5.
80 *Chatfield*, 50 Schlüsselideen – Digitale Kultur, S. 164.
81 *Chatfield*, 50 Schlüsselideen – Digitale Kultur, S. 164.
82 *Boes et. al.*, Cloudworking und die Zukunft der Arbeit, 2014, verfügbar unter: https://innovation-gute-arbeit.verdi.de/++file++560d2825aa698e7a69000387/download/IBM-Gutachten_E-Mail.pdf , abgerufen am 11.05.2020.
83 *Boes et. al.*, Cloudworking und die Zukunft der Arbeit, 2014, S. 25.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

heit der Formen von Arbeit, die zur Erhaltung und Entwicklung der Gesellschaft erbracht werden."[84] Es beruht nicht zwingend auf dem Crowdsourcing Prinzip und es meint nicht nur Arbeit, die gegen Entgelt erbracht wird. Damit gehört zum Cloudworking alles, was im Internet als produktives Wirken entsteht.[85] Man kann festhalten, dass Crowd Work regelmäßig vor dem Konzept des Cloudworking erbracht wird, da es zwingend das Internet als Informationsraum nutzt. Cloudworking ist jedoch ein übergeordneter Begriff und nicht mit dem Crowdsourcing-Prinzip und Crowd Work gleichzusetzen.

b) Gig Work

Diese Bezeichnung einer Arbeitsleistung als Gig Work drückt aus, dass sich um eine ortsgebundene Leistung handelt.[86] Das Wort Gig entspringt dem Jargon der Musikszene.

Dort werden einzelne Auftritte musikalischer Darbietungen, denen keine dauerhafte Verpflichtung zugrunde liegt, als *Gig* bezeichnet.[87] Dies soll auch hier verdeutlicht werden: Gig Work ist ein einzelner Auftritt, der in der realen Welt erbracht wird, dem aber keine dauerhaften Verpflichtungen zugrunde liegen sollen. Gig Work ist in den letzten Jahren insbesondere durch haushaltnahe Dienstleistungen wie Reinigung, Lieferservice für Lebensmittel sowie durch die Personenbeförderung in den Fokus geraten. Die hier bekannten Plattformen sind Helpling, taskrabbit (seit 2019 Aktivitäten in Deutschland, Partnerschaft mit der Möbelkette IKEA), book-a-tiger, Deliveroo (seit August 2019 keine Aktivität mehr in Deutschland), Lyft und Uber. Der Erfolg der Gig Work Plattformen lässt sich auch an ihrem medialen Echo erkennen. Es ist im Jahr 2017/18 kaum eine Woche vergangen, ohne, dass eine solche Plattform nicht mit irgendeiner Meldung in den Medien war.[88] Die Möglichkeit Gig Work zu nutzen, geht vor allem auf technische Entwicklungen zurück: Durch die alltägliche Gegenwart wlan-fähiger mobiler Endgeräte wie Smartphone oder Tablet

---

84 *Boes et. al.*, Cloudworking und die Zukunft der Arbeit, 2014, S. 24.
85 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 20.
86 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES Oktober 2016, S. 5.
87 Definition abgerufen unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Gig_(Auftritt) am 11.05.2020.
88 Auswahl von Büchern zu Gig Work mit jeweils weiteren Nachweisen: *Crouch*, Gig Economy, edition suhrkamp 2019; *Woodcock/Graham*, The Gig Economy, polity books 2020; *Kessler*, Gigged, St. Martin Press 2018.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

wurden entsprechende Softwareapplikationen, kurz Apps, entwickelt, die durch Ausnutzung von Geodatenlokalisierung, eine Dienstleistung von jedem Ort aus verfügbar machten.

Die dahinterstehende Technik ist als solche nicht neu, aber die Kombinatorik der technischen Komponenten ermöglicht eine neue Art der Dienstleistung.[89] Verbraucher/innen können allein mit dem Bedienen ihres Smartphones ein Taxi ordern oder einen Termin für die Reinigung ihrer Wohnung ausmachen. Dies zeigt einen großen Unterschied zu Crowd Work: Die erbrachten Dienstleistungen sind personengebunden, da man Auftragnehmer/innen meist anhand des auf der Plattform angelegten Profils auswählt. Anders als bei Crowd Work wissen Auftraggeber/innen, dass reale Menschen die Arbeitsleistung erbringen, denn sie wird in der analogen Welt erbracht. Ähnlich wie bei den Crowd Work Plattformen werden die Auftragnehmer/innen meist zu Soloselbstständigen erklärt.

II. Leistungserstellung durch Crowd Work

Die Vielfalt der Leistungen, die durch Crowd Work erstellt werden können, ist ungezählt. Im Grunde kann Crowd Work für alle Arten von Wertaktivitäten eingesetzt werden, wenn sich die Aktivität in das Internet verlagern lässt.[90] Welche Arten von Leistungen das sind, hängt auch ganz maßgeblich an den Geschäftsmodellen der dahinterstehenden Plattformen. Hier soll exemplarisch dargestellt werden, was sich alles zur Leistungserstellung durch die Crowd eignet. Eine Darstellung der Funktionsweise von Plattformen erfolgt unter **C. Crowd Work als Teil der Plattformökonomie**.

1. Routineaufgaben/Microwork

Das Internet entsteht größtenteils durch das Erstellen von Inhalten, also des Contents. Dieses Erstellen kann unbezahlt sein, wie im Falle von Wikipedia oder YouTube (s.o.) oder es kann bezahlt im Rahmen von Crowd

89 Vgl. *Brynjolffson/McAfee*, The Second Machine Age, S. 48. Verweisen zurecht darauf, dass das zweite Maschinenzeitalter vor allem durch die Kombinatorik bereits bekannter Technologien Mehrwerte schafft.

90 *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 10.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Work erledigt werden. Beispielsweise benötigt das gesamte E-Commerce unglaublich viel Sortierung seines Contents. So müssen Bilder verschlagwortet und Produkte Kategorien zugeordnet werden. Das sind Routineaufgaben bzw. Microwork. Es gibt auch Aufgaben aus dem Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Das Ziel dabei ist, dass bestimmte Suchergebnisse bei Suchmaschinen höher gelistet zu werden.

Hierzu verlinken Personen die Webseite des Auftraggebers auf andere Webseiten und Blogs oder machen diese über die sozialen Medien bekannt, um möglichst viele Besucher auf die Webseite zu bringen.[91] Die Arbeiten lassen sich mit wenig Vorwissen und geringem Aufwand erledigen. Voraussetzung ist im Grunde nur ein Verständnis für den Umgang mit der digitalen Infrastruktur und eine verlässliche Internetverbindung. Da die Aufgaben oft mit wenigen Klicks bewältigt werden können wird hier auch von Click Work gesprochen.

2. Komplexere Aufgaben

Vereinfacht ausgedrückt sind komplexere Aufgaben alles, was nicht mit einem Klick erledigt werden kann, aber dennoch nicht so kompliziert ist, dass man es nicht mit geringem Vorwissen oder Aufwand erledigen könnte.

Oft handelt es sich um Schreibaufgaben zur Erstellung von Content. Dazu gehören, das Verfassen von Produktbeschreibungen, die Übersetzung von wenigen Wörtern, die Teilnahme an Nutzerumfragen oder Forschungsinterviews. Das Testen von Webanwendungen, Software zum Finden von Fehlern und zur Verbesserung des Designs oder der Nutzbarkeit gehören zu den komplexen Aufgaben. Auch das maschinelle Lernen[92] kann in bestimmten Anwendungsfällen dazu gezählt werden. So gibt es auch Aufgaben, bei denen die Nutzer/innen Bilder von verschiedenen Emotionen in ihren Gesichtern hochladen sollen. Dabei geht es darum Algorithmen zu trainieren, damit sie lachende von weinenden von wütenden Gesichtsausdrücken unterscheiden können. Damit vergleichbar ist auch

91 *Clement/Schreiber*, Internetökonomie, S. 280.

92 „Maschinelles Lernen ist ein Oberbegriff für die „künstliche" Generierung von Wissen aus Erfahrung: Ein künstliches System lernt aus Beispielen und kann diese nach Beendigung der Lernphase verallgemeinern. Das heißt, es werden nicht einfach die Beispiele auswendig gelernt, sondern es „erkennt" Muster und Gesetzmäßigkeiten in den Lerndaten." Abgerufen unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Maschinelles_Lernen, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

das Hochladen von eigenen Audiomitschnitten. So kann die Navigationssoftware eines Automobilherstellers mit Umgangssprache trainiert werden, da die Fahrzeugnavigation per Sprachbefehl funktionieren soll.[93]

Das Problem ist, Register der Sprache sind sehr vielfältig. Fragen können unterschiedlich formuliert sein und dennoch das Gleiche meinen. Dies können Computer nur erlernen, wenn sie mit einer Vielzahl von Fragestellungen „gefüttert" werden und darin erkannte Muster erzeugen und schließlich erkennen können. Ebenfalls zu den komplexeren Aufgaben sind solche aus dem kreativen und wissenschaftlichen Bereich zu zählen. Diese umfassen Softwareentwicklung, das Lösen von komplexen Problemen und Forschungsfragen sowie die Bereitstellung kreativer Ideen.

III. Arbeitsformen bei Crowd Work

1. Interne und externe Crowd Work

Grundsätzlich kann zwischen interner und externer Crowd Work unterschieden werden.

Bei interner Crowd Work fungiert die unternehmens- oder konzerninterne Belegschaft als Crowd. Das Unternehmen setzt dabei zu lösende Aufgaben auf eine interne Plattform, meist das betriebseigene Intranet und die Mitarbeiterinnen können Lösungen für die gestellten Aufgaben erarbeiten.

So kann beim internen Crowdsourcing die Lösung einer Aufgabe von Angestellten kommen, die nicht nur in einer anderen Unternehmensabteilung, sondern eventuell aus einem anderen Land stammen.[94] Es ist auch denkbar, dass eine interne Plattform externe Fachleute als Crowd Worker zulässt.[95]

Ein Beispiel führt uns zu einem der wertvollsten Unternehmens Europas, SAP.

SAP betreibt eine interne Plattform, wo Entwickler sich gegenseitig Fragen beantworten können. Der Anreiz ist besonderer Art, denn SAP hat eine soziale Währung implementiert, die man sich verdient, wenn man

---

93 *Schmidt*, Crowdproduktion von Trainingsdaten, Hans-Böckler-Stiftung Study 419, Februar 2019, abrufbar unter www.boeckler.de (Suchbegriff: Titel), abgerufen am 11.05.2020.

94 *Leimeister/Zogaj*, HBS Arbeitspapier 287, S. 20.

95 *Klebe*, AuR 2016, S. 277–281 (277).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

viele Fragen möglichst problemlösend beantwortet. Sobald eine bestimmte Punktzahl erreicht ist, werden die virtuellen Punkte sehr real, denn sie werden zu einer großzügigen Geldsumme, die an eine Wohltätigkeitsorgansation nach Wahl, gespendet wird.[96] Daneben gibt es einen weiteren Effekt: SAP hat dadurch bisher 6–8 Mio. Dollar Support Kosten gespart, es sind viele neue Ideen für Produkte und Dienstleistungen entstanden und die Reaktionszeit, die im gewöhnlichen IT-Support bei einem Arbeitstag lag, ist damit auf 30 Minuten reduziert worden.[97]

Bei externer Crowd Work besteht die Crowd aus verschiedenen Individuen, die nicht im Zusammenhang mit dem Unternehmen, bzw. dem Crowdsourcer stehen müssen.[98] Um daran teilnehmen zu können, muss man im Grunde nur über einen (stabilen) Internetanschluss verfügen und sich auf der Plattform registrieren. Spezialisierte Plattformen können bei der Registrierung besondere Kenntnisse und deren Nachweis fordern.

2. Wettbewerbsorientiere und zusammenarbeitsorientierte Crowd Work

Neben der grundlegenden Einteilung in internes und externes Crowdsourcing können noch zwei unterschiedliche Arbeitsformen bei Crowdsourcing ausgemacht werden.[99] Die eine Arbeitsform stellt den wettbewerbsbasierten, die andere den zusammenarbeitsbasierten Ansatz dar.[100] Beim wettbewerbsbasierten Ansatz stehen die Crowd Worker in einem zeitlichen oder ergebnisorientierten Wettbewerb zueinander.

Beim zeitorientierten Wettbewerb wird nur der Crowd Worker, der als Erster eine Aufgabe erfolgreich erfüllt, entlohnt.[101] Beim ergebnisorientierten Wettbewerb findet eine qualitative Beurteilung der Ergebnisse statt. Demnach wird das als bestes empfundene Ergebnis mit der zuvor definierten Belohnung prämiert.[102]

Wie sich bereits aus der Bezeichnung ergibt, arbeiten beim zusammenarbeitsbasierten Ansatz die Crowd Worker gemeinsam an einer Lösung.

---

96 Mitgeteilt bei *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 177.
97 Mitgeteilt bei *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 177 mit Verweis auf *Benbya/McAlstyne*, MIT Sloan Management Review, 2011, S. 65–75.
98 *Leimeister et. al.* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 17.
99 *Afuah/Tucci*, Crowdsourcing, Academy of Management Review, 2012, S. 355–375.
100 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 28.
101 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 27.
102 *Däubler*, in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 253.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Dies geschieht meist so, dass ein Crowd Worker einen Beitrag einreicht und andere Crowd Worker den Beitrag verändern oder erweitern können.

3. Arbeitsprozess bei Crowd Work

Ob ein Unternehmen auf Crowd Work zurückgreift, hängt *Malone et. al.* zufolge auch davon ab, ob Aufgaben zu vergeben sind, die sich konkretisieren, detailliert beschreiben und in kleinere Arbeitspakete zerlegen lassen.[103] Es komme nur darauf an, dass auch jemand, der die Hintergründe und Zusammenhänge nicht kenne, sie bewältigen könne.[104] Daher können Unternehmen alle denkbaren Tätigkeiten auslagern, wenn nur die Aufgabenteilung und am Ende die Zusammensetzung gelingt. Die Crowd Worker werden dann nur zu einem Faktor bei der Produktion, die als solche kein vollständiges Produkt abbildet. Die Aufgabe der Plattformen besteht dann vor allem in der Teilung der Arbeitspakete, dem Einsammeln der einzelnen Ergebnisse sowie dem Zusammensetzen zu einer ganzen Arbeitsleistung. Diese Vorgehensweise erinnert an den Taylorismus, zu dessen Zielen es gehört, die Arbeitsproduktivität durch Standardisierung und Zerlegung komplexer Arbeitsvorgänge in kleinere Einzeltätigkeiten zu steigern.[105] Das Ergebnis ist, dass fein-granulare Aufgaben einfacher und schneller erledigt werden können und darum weniger Spezialisten gebraucht werden.

Crowd Work Initiativen, die über einen externen Intermediär, also eine Plattform, abgewickelt werden, laufen in der Regeln nach einem bestimmten Prozess ab. Dieser vollzieht sich in fünf Schritten:[106]

1. Phase: Es erfolgt eine **Zerlegung** der Arbeitspakete in Teilaufgaben. Sie werden konkret beschrieben ebenso wie Lösungs- und Aufgabenanforderungen der Teilaufgaben bestimmt werden.

2. Phase: Hier wird darüber entschieden, **welche Crowd Worker** die jeweiligen Aufgaben bewältigen sollen.

---

103 *Malone/Laubacher/Johns*, Harvard Business Review 2011, S. 7, abrufbar unter: https://hbr.org/2011/07/the-big-idea-the-age-of-hyperspecialization, abgerufen am 09.05.2020.

104 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork – zurück in die Zukunft, S. 19 ff.

105 *Leimeister/Zogaj/Blohm* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork – zurück in die Zukunft, S. 21 f.

106 *Leimeister*, HBS Study 324, S. 30 ff. mwN.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

3. Phase: Diese Phase vollzieht die **Aufgabenabwicklung**.
4. Phase: Nach der **Einreichung der Lösungen** bzw. Beiträge werden, die Teillösungen zu einer Gesamtlösung zusammengetragen und bewertet (Aggregation). Diese sog. Aggregation gestaltet sich unterschiedlich komplex. Sie ist abhängig von der Beschaffenheit der ausgelagerten Aufgaben (Mikroaufgaben, Makroaufgaben, einfache, komplexe Projekte) wie auch der Form der der Durchführung der Aufgaben (Zusammenarbeit oder unabhängige Arbeit der Crowd Worker).
5. Phase: In dieser letzten Phase werden die **Crowd Worker** für ihre Arbeit **entlohnt**.

Mit der wachsenden Implementierung von Crowdsourcing rückt die Bedeutung der stetigen Verbesserung der Crowdsourcing-Technologie in den Vordergrund. Crowdsourcing-Plattformen stellen das Interaktionsmedium und damit den (einzigen) Kontaktpunkt zwischen Crowdsourcer und den Crowd Workern dar. Über diese Plattformen werden sämtliche Prozesse von der Anmeldung über die Aufgabenstellung bis hin zur Vergütung gesteuert.[107]

C. Crowd Work als Teil der Plattformökonomie

Unter § 2 B. wurde erarbeitet, wie sich Crowd Work innerhalb des Crowdsourcings verortet, wie es abgegrenzt werden kann gegenüber Cloud und Gig Work, welche Leistung grundsätzlich über Crowd Work erbringbar ist und wie die Arbeitsformen ausgestaltet sind.

Im Folgenden wird es im Ganzen darum gehen, wie sich Crowd Work in ein wachsendes Ökosystem von Online-Plattformen einbettet. Hierzu ist aus Sicht der Verfasserin ein Blick auf die Arten von Crowd Work Plattformen nötig, da über die Plattformen der Arbeitsmarkt am besten erschlossen werden kann. Eine weitere Frage ist, wer die Crowdsourcer sind, also die Unternehmen, die Crowd Work Modelle bereits nutzen. Innerhalb dieses Dreiklanges muss der Blick auf die Crowd gerichtet werden – wie groß ist die Crowd, wer sind sie und zu welchen Bedingungen arbeiten sie auf Online-Plattformen? Dazu sind im deutschen und internationalen Raum bereits mehrere Studien erschienen, die hier kurz abgebildet werden sollen. Schließlich wird vorbereitend auf den 2. Teil der vorliegenden Arbeit, die Funktionsweise von Plattformen im Allgemeinen erläutert.

---

107 *Leimeister*, HBS Study 323, S. 16.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

I. Crowd Work Plattformen

Die Gründung von Plattformen im Internet geht mit einer fundamentalen Neugestaltung von Arbeitsmärkten einher, die den Auftraggeber/innen den Zugang zu einer „On-Demand Workforce" ermöglichen sollen.[108] Es ist nicht verwunderlich, dass die Informations- und Kommunikationstechnologien als Basistechnologien unseres Zeitalters[109], neue Arbeitsformen schaffen und alte verändern.

Die Plattformen interagieren auf der einen Seite mit den Crowdsourcing-Unternehmen im Hinblick auf die geeignete Formulierung der Aufgaben und die dazugehörigen Anforderungen an die Lösung, damit die Crowd die gestellte Aufgabe bearbeiten kann.

Auf der anderen Seite sind Plattformen auch für die Steuerung der Crowd und für alle Aktivitäten innerhalb der Crowd verantwortlich. Vor diesem Hintergrund sehen sie sich als „Broker" bzw. Vermittler, die Wissenssuchende (Crowdsourcer) und Wissensanbieter (Crowd Worker) zusammenbringen, indem sie die notwendige Infrastruktur für Crowdsourcing-Aktivitäten bereitstellen. Wie deren rechtliche Beziehungen tatsächlich ausgestaltet sind und welche rechtliche Rolle ihnen zuteilwird, ist Gegenstand des 2. Teils dieser Arbeit.

1. Arten von Crowd Work Plattformen mit Beispielen

Es wird komplex, wenn man versucht Crowd Work Plattformen zu kategorisieren.[110] Geschäftsmodelle, Inhalte, Dienstleistungen der vielen kommerziellen Plattformen unterscheiden sich teilweise so stark, dass im Einzelfall oftmals nicht mehr klar ist, dass es immer noch Crowd Work ist. Hierzu sind nach Ansicht der Verfasserin drei Studien relevant, welche die unterschiedlichen Plattformtypen zu erfassen versuchen. Zum einen die Clusteranalyse von *Leimeister et. al.*, zweitens die Analyse der Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie von *Schmidt* und schließlich die Analyse zum Stand des plattformbasierten Erwerbsarbeit von *Maier/Ohnemus/Viete*.

---

108 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016, S. 3.

109 In den Wirtschaftswissenschaften ist str., ob diese als Basistechnologien gelten. Hier bejahend, näheres: *Brynjolfsson/McAfee*, Second Machine Age, S. 23.

110 Umfassende Darstellung der unterschiedlichen Ansätze in *Leimeister/Zogaj/Durward/Blohm*, HBS Study Nr. 324, S. 18 ff. (zitiert als Leimeister et. al., HBS Study Nr. 324).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

a) Clusteranalyse Leimeister et. al., HBS Study Nr. 324, Mai 2016

In einer durchgeführten Clusteranalyse fanden *Leimeister et. al*. heraus, dass sich die meisten Crowd Work Projekte in fünf Cluster einteilen lassen. Für die Clusterbildung haben sie die aktuelle Marktsituation für Crowd Work Projekte mit den vorherrschenden Strukturen analysiert. Dabei galt es, die verschiedenen Crowd Work Plattformen zur Komplexitätsreduktion zu sinnvollen Gruppen bzw. Clustern zusammenzufassen. Innerhalb einer Gruppe sollten die Plattformen eine hohe Homogenität haben, während sie im Vergleich zu den jeweils anderen Gruppen möglichst heterogen sein sollten.[111]

Nachdem diese identifiziert waren, traten die Gemeinsamkeiten und auch Unterschiede der Plattformen besser zu Tage. Für Crowd Worker bedeutet dies, dass die Bedingungen innerhalb eines Clusters relativ identisch sind. Dementsprechend spiegeln die Cluster, Beschäftigungsmöglichkeiten und den Arbeitsmarkt bei Crowd Work wider, da die Cluster auf der Grundlage des aktuellen Marktes gebildet wurden.

Die einzelnen Cluster sind Microtask-Plattformen, Marktplatz-Plattformen, Design-Plattformen, Testing-Plattformen, Innovationsplattformen. Diese können wie folgt beschrieben werden:

aa) Microtask-Plattformen

Im internationalen Kontext entfallen 14 Prozent aller Crowd Work Aktivitäten auf Microtask Plattformen, im nationalen Kontext sind es 11 Prozent. Meist sind die Aufgaben, die auf Microtask-Plattformen vergeben werden, kleinteilig und einfach.[112] Das bedeutet, dass viele Crowd Worker den Gesamtzusammenhang, in den sich die Aufgabe einbettet, nicht sehen und sie für die Aufgabenbewältigung keine besonderen Vorkenntnisse benötigen. Meist wird auch keine Vorauswahl der Crowd Worker getroffen, so dass jeder/jede, der/die auf der Plattform angemeldet sind, die Aufgabe bewältigen könnte. Die Crowd Worker benötigen auch keine spezielle Ausbildung für diese Art der Tätigkeit. Sie können sich Besonderheiten bei der Bewältigung von Microtasks durch Übung aneignen, dabei unterliegen sie ständigen Bewertungsmechanismen. Meist erfolgt die Aufga-

111 *Leimeister et. al.*, HBS Study Nr. 324, S. 32 ff.

112 Nähere Erläuterungen sind zu finden bei: *Leimeister/Zogaj/Durward/Blohm*, HBS Study Nr. 324, S. 44 f.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

benbearbeitung zeitorientiert. Beispiele für deutschsprachige Plattformen sind clickworker und Crowd Guru. Englischsprachige Plattformen dieses Segments sind Amazon Mechanical Turk (AMT) und microworker.com. Eine weitere große Plattform für Microtasks findet sich in China unter weichaishi.com.[113] Die Plattformen können auch umfangreichere Projekte ihrer Kunden übernehmen und in kleinere Aufgaben, eben Microtasks zerlegen und in dieser Form an die Crowd weiterreichen. Der Einfachheit der Aufgaben ist geschuldet, dass viele Microtask Plattformen international agieren.

Es ist üblich, dass auf den Plattformen teilweise mehrere Millionen Aufgaben parallel bewältigt werden, die von den Plattformen anschließend wieder zu einer Gesamtlösung zusammengeführt werden.

bb) Marktplatz-Plattformen

International machen Marktplatzplattformen etwa 31 Prozent aller Plattformen aus, mit 35 Prozent ist die Verbreitung an Marktplatzplattformen in Deutschland etwas stärker.[114]

Die Marktplatz-Plattformen beinhalten stets komplexere und größere Aufgaben als Microtask Plattformen. Der Arbeitsprozess läuft nicht so automatisiert ab wie bei den Microtask Plattformen. Die Interaktion zwischen Nachfrager (Crowdsourcer) und Crowd Worker ist stärker ausgeprägt. Die Plattform tritt jedoch etwas in den Hintergrund, da einzelne Aktivitäten wie das Zerlegen und Zusammenführen der Aufgaben eher von Auftraggeber/innen erledigt werden. Die Vergütung der Crowd Worker kann je nach Funktionsweise der Plattform ausgehandelt oder fix festgelegt werden. Der Plattformbetreiber kann entweder prozentual beteiligt werden oder erhält einen ebenfalls vordefinierten Fixbetrag. In diesem Cluster befinden sich beispielsweise Plattformen, auf denen Crowd Worker qualitativ Daten auswerten, Software programmieren, umfangreichere Online-Inhalte produzieren oder kleinere Projekte bearbeiten sollen. Der bereits genannte große Freiberufler Marktplatz upwork hält eine weltweit verteilte große Crowd von 9 Millionen registrierten Nutzer/innen, 3 Millionen Jobs jährlich sowie ein Umsatz von etwa 1 Milliarde US-Dol-

113 www.weichaishi.com, abgerufen am 30.04.2020.

114 Nähere Erläuterungen sind zu finden bei: *Leimeister* et. al., HBS Study Nr. 324, S. 46 f.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

lar.[115] Eine weitere deutschsprachige Plattform ist Crowd Guru, die eigenen Angaben zufolge auf einen Pool von mehr als 52.000 Crowd Workern zurückgreift. Jährlich wird eine zweistellige Millionenzahl von Aufträge bzw. Projekte vermittelt.[116] Ein weiterer großer Intermediär im deutschen Sprachraum ist Twago. Die Plattform deckt ein sehr breites Spektrum ab: Webdesign, App-Entwicklung, Übersetzung, Design oder professionelles Texten. Es funktioniert so, dass Auftraggeber/innen ihren Bedarf posten und sich angemeldete Crowd Worker melden und darum bewerben.[117]

cc) Design-Plattformen

International liegt der Anteil von Design-Plattformen bei etwa 20 Prozent, während er mit 24 Prozent in Deutschland nur etwas höher liegt.[118] Der Fokus dieser Plattformen liegt auf der Vermittlung von Design-Aufträgen. Der Vorstellungskraft, was alles designt werden kann, sind wenig Grenzen gesetzt: Logos, Webseiten, Visitenkarten, Tattoos, Hochzeits-, Babykarten und vieles mehr. Die Preise sind entweder von der Plattform als Paket-Preise festgelegt oder der/die Auftraggeber/in kann die Preise nach eigenem Ermessen festlegen. Je nach in Aussicht gestelltem Honorar und Aufwand variiert die Anzahl der eingereichten Vorschläge. Die Crowd Worker werden basierend auf ihrer Qualifikation im gewünschten Bereich meist vorher ausgewählt, d.h. es handelt sich um einen eingeschränkten Aufruf.[119] Bei der Arbeitsform handelt es sich ausschließlich um ergebnisorientierte Wettbewerbe. In den meisten Fällen sind es einzelne Gewinner, die einen fixen monetären Betrag als Vergütung erhalten, d. h., ein Großteil der am Wettbewerb teilnehmenden Crowd Worker erhält keine Gegenleistung für die Teilnahme. Die Plattform erhält hingegen in der Regel einen zuvor festgelegten Betrag pro Projekt.

Ein deutschsprachiges Beispiel für diesen Cluster stellt die Plattform Designenlassen dar. Sie verfügt mittlerweile über einen Mitgliederpool von fast 60.000 Crowd Workern.

---

115 So nach den Informationen des Magazins aus der Freelancer Szene t3n: http://t3n.de/news/freelancer-jobs-610810/2/, abgerufen am 11.05. 2020.
116 https://www.crowdguru.de/ueber-uns/, abgerufen am 11.05.2020.
117 https://www.twago.de/how-it-works/ abgerufen am 11.05.2020.
118 Der folgende Abschnitt gibt *Leimeister* et. al., HBS Study Nr. 324, S. 47 f. wieder.
119 *Leimeister et. al*., HBS Study Nr. 324, S. 48.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Sie nehmen an Wettbewerben für Logos, Webseitendesign, Flyer, Verpackung und Cover sowie Namensfindung teil. Hier geben Crowdsourcer an, wieviel ihnen das Projekt wert ist, bzw. gibt es für bestimmte Leistungen Mindestpreise (Webseiten). Ein Beispiel soll es verdeutlichen: Ein Café, das kleine Törtchen verkauft, brauchte ein Logo. Das Preisgeld waren 200 EUR, eingereicht wurden 163 Designs von 29 Designern.[120] Am Ende der Projektlaufzeit wird ein/e Gewinner/in gekürt. Der Intermediär Designenlassen behält einen festgelegten Prozentsatz der Prämie ein; hinzukommt, dass Crowdsourcer Gebühren für das Einstellen ihres Projektes bezahlen. Während des laufenden Projektes finden Bewertungen der eingereichten Designs statt, so dass schneller deutlich wird, was sich Crowdsourcer wünschen bis schließlich am Ende, einem Design der Zuschlag gewährt wird. Designer, die häufig Wettbewerbe gewinnen, erhöhen ihre Platzierung. Man kann sich ihre gesamte Arbeitshistorie ansehen.[121] Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, Folgeprojekte zu gewinnen. Die Kundschaft von designenlassen.de sind häufig kleine und mittelständische sowie neugegründete Unternehmen. Die Klientel bestärkt die Aussage, dass gerade Start-ups bzw. Unternehmen mit einem begrenzten Budget auf Crowdsourcing im Bereich Design zurückgreifen.[122]

Ein sehr bekanntes internationales Beispiel dürfte die Plattform 99designs aus Australien sein. Sie verfügen mittlerweile weltweit über Niederlassungen und vereinen auf ihrer Webseite um die 1,1 Millionen Designer aus der ganzen Welt. Wie für dieses Cluster typisch, sind den Vorstellungen kaum Grenzen gesetzt. Crowdsourcer wählen aus verschiedenen Preis-Paketen aus. Je nach Leistung geht das von 279 EUR bis 1.199 EUR. Innerhalb dieser Pakete werden unterschiedliche Leistungen zugesichert. Crowdsourcer wählen ein Paket, beschreiben detailliert ihr Projekt und laden es hoch. Darum wetteifern dann die Teilnehmenden. Dieser Auswahlprozess wird ebenfalls von einem steten Bewertungs- und Feedback-Prozess der Crowdsourcer begleitet.[123]

Eine ebenfalls beachtliche Größe dieses Segments stellt die chinesische Plattform Zhubajie.com bzw. witmart.com dar.

Erstgenannte ist eine rein chinesische Plattform, die man nur bedienen kann, wenn man der chinesischen Schriftzeichen mächtig ist. Allerdings

120 https://www.designenlassen.de/432329-cupcake-und-muffin-cafe-sucht-moderne s-logo-design, abgerufen am 11.05.2020.
121 https://www.designenlassen.de/top-designer/, abgerufen am 11.05.2020.
122 *Leimeister* et. al., HBS Study Nr. 324, S. 48.
123 https://99designs.de/how-it-works, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bedient sie in einer abgespeckten Version auch englischsprachige Kunden unter witmart.com. Der chinesische Raum birgt ebenfalls enormes Potential: Zhubajie.com kann auf eine Crowd von 15 Millionen Usern zugreifen, die im Jahr 2015 knapp 7,5 Milliarden Yuan umgesetzt hat, was einem Betrag von beachtlichen 960 Millionen Euro entspricht.[124]

dd) Testing-Plattformen

Ein in Deutschland recht kleinen Markt haben mit 8 Prozent Anteil die Testing-Plattformen. International stellen sie 15 Prozent des Plattformmarktes.[125] In diesem Bereich befinden sich Intermediäre, die Aktivitäten im Bereich des Testens von Produkten und Dienstleistungen koordinieren. Die Clusteranalyse zeigt, dass der Großteil der in dieser Gruppe eingeordneten Plattformen das Testen von Softwareapplikationen – das sogenannte Crowdtesting -anbietet. Daneben gehören zu diesem Bereich aber auch Plattformen, die sich auf das Testen von Geschäftsideen/-lösungen, Produkten oder Marketingkampagnen durch die Crowd spezialisiert haben.

ee) Innovationsplattformen

Innovationsplattformen sind im internationalen Raum mit 22 Prozent und in Deutschland mit 20 Prozent vertreten.[126]

Die Innovationsplattformen nehmen m.E. einen Sonderstatus innerhalb der Plattformen ein. In diesem Cluster spielt die oben erörterte Schwarmintelligenz eine herausragende Rolle. Auf den Innovationsplattformen finden sich Aufgaben von unterschiedlichster Komplexität. Beim Großteil der über diese Plattformen abgewickelten Projekte, wird neben Crowdcreation auch Crowdvoting betrieben, d. h., die eingereichten Lösungen sind öffentlich einsehbar und können durch die anderen Mitglieder bewertet und ergänzt werden.[127]

---

124 http://www.witmart.com/blog/zhubajie-finds-a-creative-way, abgerufen am 11.05.2020.

125 *Leimeister et. al.*, HBS Study Nr. 324, S. 48 f. und alles Weitere bis zur nächsten Fn.

126 *Leimeister et. al.*, HBS Study Nr. 324, S. 50 f.

127 *Leimeister et. al.*, HBS Study Nr. 324, S. 52.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Mit 80.000 Mitgliedern ist Jovoto die größte Innovationsplattform im deutschsprachigen Raum. Seit dem Markteintritt wurden über 400 Projekte bzw. Crowdstorms (Jovoto) durchgeführt. Ähnlich wie beim Design Cluster wird hier ebenfalls ein Preisgeld ausgeschrieben. Die Crowdsourcer beschreiben ihr Projekt. Sie können das unterschiedlich gestalten: Offen oder aber im „geheimen" Bereich Dabei werden Mitglieder der Crowd eingeladen oder Jovoto schlägt das Projekt nur den besten 10 Prozent der Crowd vor. Oft wird bei diesen „geheimen" Projekten auch nicht sofort bekannt, um welches Unternehmen es sich handelt.[128] Häufiger als bei anderen Clustern erarbeiten hier die Mitglieder der Crowd gemeinsam einen Lösungsansatz. So können die Mitglieder die Ideen anderer kommentieren und bewerten und erhalten dafür Punkte. Im Gegensatz zu Wettbewerben im Cluster „Design" gibt es hier in der Regel keinen Einzelgewinner. Vielmehr variiert die Anzahl der prämierten Teilnehmer von Ausschreibung zu Ausschreibung, sodass der Auftraggeber jeweils zwischen zwei und 25 Crowd Worker entlohnt. Die Prämien liegen für den Erstplatzierten normalerweise zwischen 1.000 und 3.500 Euro. International relevant ist die Innovationsplattform Innocentive. Sie ist seit 2001 auf dem Markt und damit eine der ältesten Plattformen. Innocentive ist fokussiert auf Naturwissenschaften, was ihr bis heute ein gewisses Alleinstellungsmerkmal verliehen hat.

b) Schmidt, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016[129]

Eine im Schrifttum vielbeachtete Kategorisierung digitaler Plattformen stammt von *Florian A. Schmidt*.[130] *Schmidt* geht ganzheitlich vor und stellt zunächst ein weites Spektrum kommerzieller, digitaler Plattformen dar. So teilt er in einer Baumstruktur die Plattformen zunächst nach Gütern, Arbeitsplattformen, Geld, Kommunikation, Unterhaltung und Informationen ein (s. Abb.). Plattformen sind damit nicht nur im Zusammenhang von Lohnarbeit zu sehen. Genau genommen ist dies sogar ein kleinerer Teil der Plattformökonomie. Die Darstellung zeigt, dass Plattformen ein eigenständiges Ökosystem neuer Möglichkeiten der Wertschöpfung

128 https://www.jovoto.com/how-it-works/, abgerufen am 11.05.2020.

129 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016; im Folgenden: Schmidt, FES 2016.

130 *Berg et. al*., Digital Labour Platforms and the Future of Work, ILO 2018, S. 4; ebenso Bertelsmann Stiftung 2019, Plattformarbeit in Deutschland, S. 13.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

etablieren. In der Analyse selbst geht es dann hauptsächlich um Arbeitsplattformen zur Vermittlung bezahlter Dienstleistungen. In der zweiten Abbildung vergrößert er diesen Aspekt und nimmt eine Einteilung nach Cloud- und Gigwork vor.[131] Danach sei Cloudwork ortsungebunden und Gigwork ortsgebunden. Interessant ist, dass *Schmidt* Freelancing Marktplätze wie Upwork und Freelancer nicht per se als Crowd Work sieht. Er sieht hier die Unterscheidung darin, dass bei Marktplätzen der Auftrag an ein Individuum vergeben wird, wohingegen bei Microtasking und Kreativwettbewerben, der Auftrag an die Crowd vergeben werde.

Grundsätzlich ist *Schmidt* darin zuzustimmen. Allerdings ist die Verfasserin der Auffassung, dass unter bestimmten Bedingungen auch Freiberufler-Marktplätze als Crowd Work gesehen werden können. Es kommt darauf an, wie diese Freiberufler Marktplätze ausgestaltet sind. Wenn man die oben aufgeführte Definition von Crowd Work heranzieht, ist zunächst zu prüfen, ob die Crowdsourcing Prinzipien erfüllt (offener Aufruf über das Internet; Selbstselektion der Crowd Worker; IT-gestützte Interaktion) und obendrein noch eine finanzielle Entlohnung für die erbrachte Leistung vereinbart ist. Das ist m.E. bei vielen Arbeitsplattformen mit Marktplatzcharakter der Fall. Bei upwork.com, einem großen Freiberufler Marktplatz für allerlei Arten digitaler Tätigkeit, wird der Auftrag oder das zu erledigende Projekt zunächst definiert und veröffentlicht; im zweiten Schritt können sich geeignete Freiberufler für die Tätigkeit anbieten. Es gibt die Möglichkeit, den Job allgemein auf der Webseite von upwork zu veröffentlichen oder nur bestimmte Freiberufler einzuladen ein Angebot abzugeben. Dieses Beispiel zeigt, dass Auftraggeber/innen auch hier zunächst ihre Anforderungen definieren und veröffentlichen, bzw. „posten“ müssen. Der Auftrag ist offen. Die Tatsache, dass der Auftrag nachher an ein Individuum vergeben wird, widerspricht nicht dem Prinzip des Crowdsourcings. Auch beim Microtasking als unstreitiges Beispiel für Crowd Work wird die Aufgabe von einem Individuum erledigt. Die Crowd ist auch bei *Erledigung* der Microtask weder offen noch unspezifisch. Bei Crowd Work wird die Arbeit am Ende immer von einem menschlichen Individuum erledigt. Die Tatsache, dass bei Freiberufler Marktplätzen eine Auswahl einer evtl. eingeschränkten Crowd ist kein Kriterium, das gegen Crowd Work spricht. Wir werden nachher noch sehen, dass Plattformen die Crowd oft nach ihren Qualifikationen und Vorkenntnissen selektieren, so dass dies nicht gegen Crowd Work spricht. Offen bezieht sich nicht auf die offene, uneingeschränkte Crowd, sondern

131 *Schmidt*, FES 2016, S. 7.

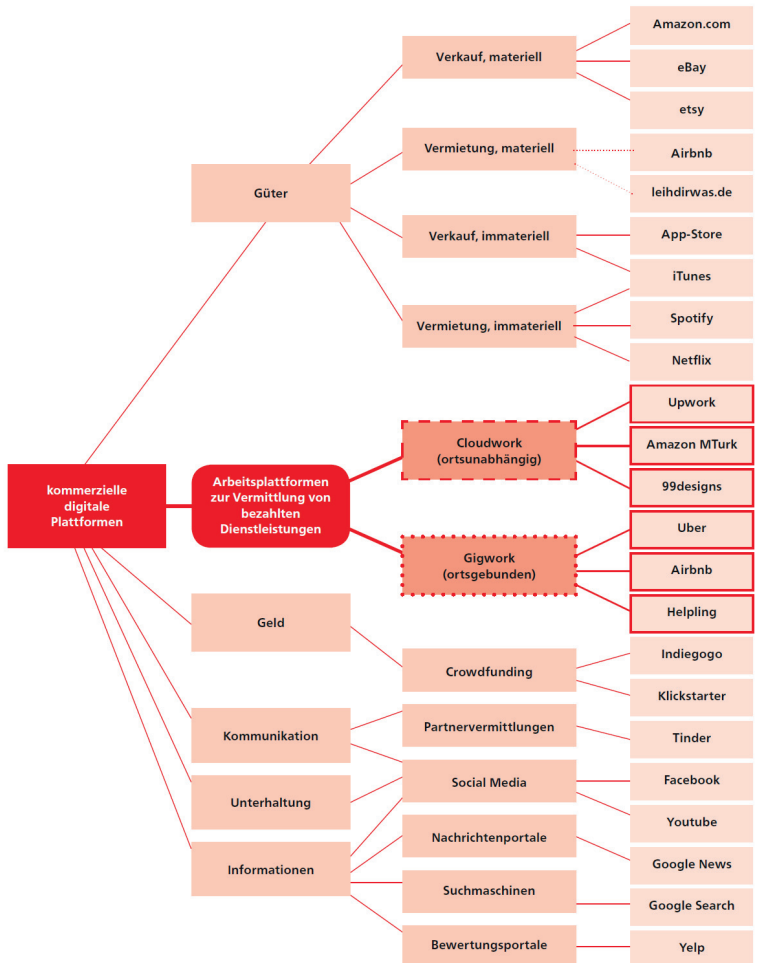
https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

auf den offenen Aufruf. *Schmidt* hat gleichwohl Recht, Marktplatzplattformen gesondert zu betrachten. In der Literatur finden sich dafür auch die Bezeichnungen von direkter Crowd Work.[132]

132 Siehe unter § 3 B.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Abbildung 1
Kategorisierung von Arbeitsplattformen in der Plattformökonomie 1/2



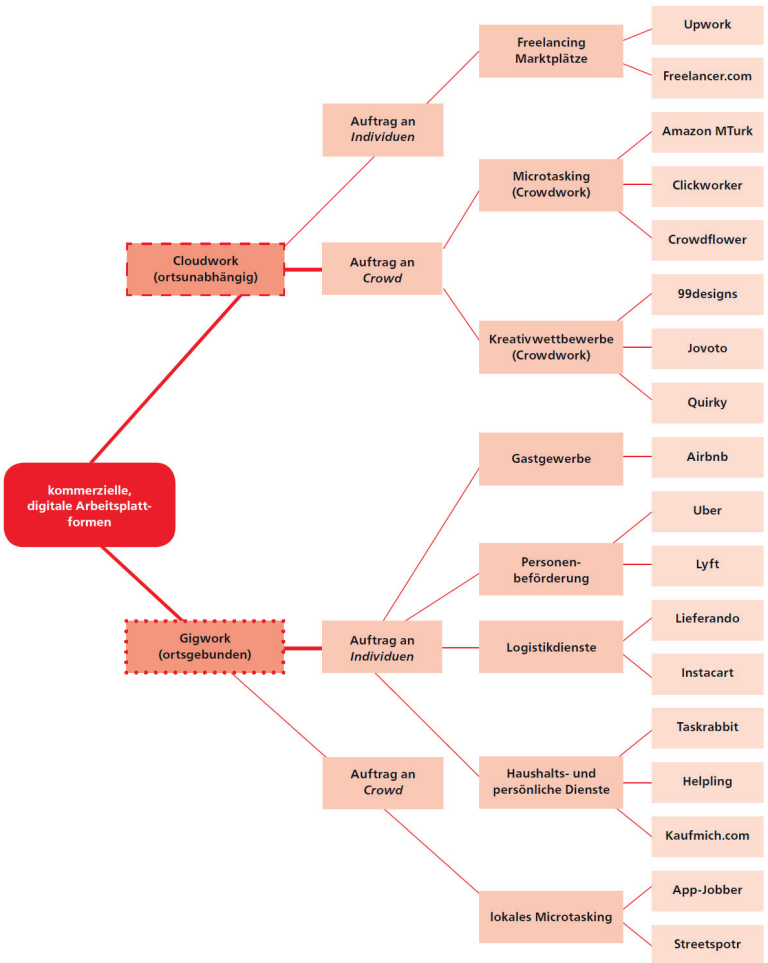
Arbeitsplattformen für Cloud- und Gigwork im Kontext anderer Zweige der Plattformökonomie. Monopoltendenzen, Netzwerkeffekte, einseitige AGBs, fehlende Transparenz, permanentes Tracking und Rating von Nutzerverhalten sowie vor allem mangelnder Datenschutz sind übergeordnete Probleme, die praktisch für alle Plattformen gelten, bei den Arbeitsplattformen aber besonders ins Gewicht fallen. (Airbnb ließe sich, wie oben angedeutet, auch in die ansonsten marginale Kategorie „Vermietung von materiellen Gütern" einsortieren, wird hier aber wegen vieler struktureller Ähnlichkeiten als Teil der „Gig-Economy" bzw. als „Gigwork" behandelt, obwohl der Aspekt der Arbeit bei Airbnb untergeordnet ist.)

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 3: Schmidt, FES 2016, S. 6.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Abbildung 2
Kategorisierung von Arbeitsplattformen in der Plattformökonomie 2/2



Die beiden entscheidenden Kriterien für die Differenzierung der Arbeitsplattformen sind Ortsgebundenheit und Personengebundenheit. Die Freiberufler-Marktplätze sind Cloudwork, aber nicht automatisch auch Crowdwork. Gigwork ist immer ortsgebunden und fast immer personengebunden. Lokales Microtasking ist hier die Ausnahme von der Regel, aber zugleich ein Bereich von untergeordneter Relevanz (Menge der Tätigkeiten und Umsätze sind gering, kein echter Arbeitsmarkt).

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4: Schmidt, FES 2016, S. 7.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

c) Maier/Viete, Analyse zum Stand des plattformbasierten Erwerbsarbeit, IZA Research Report No. 81, Forschungsbericht Nr. 498 für das BMAS, November 2017[133]

Die nach Wissen der Verfasserin aktuellste Zusammenfassung der bisherigen Forschung zum Stand plattformbasierter Erwerbsarbeit im deutschen Sprachraum, stellt die Studie von *Maier/Viete* dar. Darin wird auch eine Kategorisierung der verschiedenen Formen plattformbasierter Erwerbsarbeit nach Ortsbindung der Dienstleistungserbringung vorgenommen. Danach werden über Online-Plattformen vermittelte Dienstleistungen entweder physisch, vor Ort (ortsgebunden) oder aber rein internetbasiert direkt über die Plattform (ortsungebunden) erbracht. In Anlehnung an die in der Literatur bestehende Definition werden Formen der ortsgebundenen Plattformarbeit als mobile Arbeitsmärkte (MAM) und Formen der ortsungebundenen Plattformarbeit als Online-Arbeitsmärkte (OAM) beschrieben. Die erstgenannte Form von Plattformarbeit kann als internetbasierte Vermittlung von lokalen Dienstleistungen umschrieben werden. Aufgrund der Möglichkeit, Dienstleistungen ortsungebunden zu erbringen, sind Online-Arbeitsmärkte grundsätzlich durch eine höhere Flexibilität gekennzeichnet gegenüber mobilen Arbeitsmärkten, bei denen der Ort (und meistens auch der Zeitpunkt) der Dienstleistungserbringung durch die Auftragsvergabe festgesetzt sind. Auf Online-Arbeitsmärkten können Anbieter ihre Erwerbsarbeit daher grundsätzlich von jedem Ort der Welt, der mit Internetzugang ausgestattet ist, durchführen. Daraus ergibt sich auch, dass die Konkurrenz auf Online-Arbeitsmärkten unter den Anbietern potentiell global ist – abgesehen von sprachlichen oder kulturellen Barrieren – während auf mobilen Arbeitsmärkten Anbieter von Dienstleistungen nur in einem abgegrenzten Gebiet (und gegebenenfalls zu bestimmten Zeitpunkten) miteinander konkurrieren. Zur Beschreibung der plattformbasierten Erwerbsarbeit wird in der Literatur weiterhin der Komplexitätsgrad der im Rahmen der Arbeitsdienstleistung durchzuführenden Aufgabe unterschieden. In der Praxis besteht ein Spektrum von sehr einfachen, in Sekunden zu erledigenden Aufgaben wie die Klassifikation oder Kennzeichnung von Objekten, Dateneingaben, Feedback zu Webseiten, Vor-Ort-Recherche („Microtasks“) bis hin zu komplexen Tätigkeiten, wie buchhalterischen

133 *Maier/Viete*, Analyse zum Stand des plattformbasierten Erwerbsarbeit, Forschungsbericht Nr. 498 für das BMAS, November 2017, verfügbar unter: http://ftp.iza.org/report_pdfs/iza_report_81.pdf, abgerufen am 20.09.2019. Die Ausführungen sind übernommen von S. 10 f. des Berichts.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tätigkeiten, Designaufgaben oder umfänglichen IT-Projekten. Mit steigendem Komplexitätsgrad der Aufgaben erhöhen sich auch die Qualifikationserfordernisse, sodass wenig komplexe Aufgaben grundsätzlich von vielen Anbietern durchgeführt werden könnten, während komplexere Tätigkeiten sowohl spezifischere Kenntnisse als auch ein ausreichendes Maß an Erfahrung erfordern. Damit können vier Typen plattformbasierter Erwerbsarbeit unterschieden werden: (1) Mobile Arbeitsmärkte, auf denen weniger komplexe Tätigkeiten vermittelt werden, (2) Mobile Arbeitsmärkte, auf denen komplexe Tätigkeiten vermittelt werden, (3) Online-Arbeitsmärkte, auf denen weniger komplexe Tätigkeiten vermittelt werden und (4) Online-Arbeitsmärkte, auf denen komplexe Tätigkeiten vermittelt werden. Beispiele zu bestehenden Plattformen und den darauf vermittelten Arten von Tätigkeiten sind in der Abbildung aufgeführt.

		Ortsgebundenheit der Leistungserbringung	
		Ortsgebunden (MAM)	**Rein internetbasiert (OAM)**
Komplexität der Aufgaben	**Einfach:** ▪ Geringe Qualifikationsanforderungen ▪ Kurze Bearbeitungszeit ▪ „Microtasks“	Plattformen: ▪ Streetspotr ▪ Appjobber Tätigkeiten: ▪ Vor-Ort-Recherche ▪ Sammeln von Geodaten ▪ Testkäufe	Plattformen: ▪ Amazon Mechanical Turk ▪ clickworker Tätigkeiten: ▪ Datenrecherche ▪ Verfassen kurzer Texte ▪ Umfragen
	Komplex: ▪ Spezifische /höhere Qualifikationsanforderungen ▪ Längere Bearbeitungszeit	Plattformen: ▪ Uber ▪ Takelessons ▪ Myhammer Tätigkeiten: ▪ Personenbeförderung ▪ Unterrichten ▪ Qualifizierte Handwerkertätigkeiten	Plattformen: ▪ Upwork ▪ 99 designs ▪ peopleperhour Tätigkeiten: ▪ Designprojekte ▪ Webentwicklung ▪ Buchhalterische Tätigkeiten

Abbildung 5: Maier/Ohnemus/Viete, FB 498, S. 11.

2. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Seit Jeff Howe im Jahr 2006 „Crowdsourcing“ als neues Organisationsmodell definiert hat, ist mehr als ein Jahrzehnt vergangen. Man könnte meinen, dies sei eine lange Zeit, um das diffuse Rauschen um Begriffe wie Crowdsourcing, Crowd Work, Gig und Cloud in eine klare Melodie zu überführen – ähnlich wie beim höchst analogen Verstellen eines Radio-

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

knopfes, um endlich einen Sender zu empfangen. Weit gefehlt, es wird immer noch um Definitionen gerungen – um im Bild zu bleiben – der Radiosender wird noch gesucht.

Die Herangehensweise Crowd Work über die verschiedenen Arten von Plattformen zu erschließen ist daher sinnvoll, da man mehrere Erkenntnisse gewinnen kann. Wir wissen seit dem Clustering von *Leimeister et. al.*, welche Arten von Plattformen verbreitet sind und wie sich Crowd Work dort gestaltet. Während wir bei Microtasks eine geringe Eintrittsbarriere für Crowd Worker haben, muss bei Design und Innovationsplattformen ein Portfolio der Crowd Worker mit Arbeitsproben, Zeugnissen usw. hochgeladen werden. Marktplatzplattformen scheinen je nach nachgefragter Fähigkeit alles andere als prekär, denn digitale Dienstleistungen boomen, wie die Zahlen von upwork und Twago zeigen. Testing-Plattformen haben kaum größere Relevanz in Deutschland und werden eher als „Nebenher-Phänomen" betrachtet. Damit bringen die fünf Plattformen Microtask, Marktplatz, Design, Testing und Innovation, vor allem hervor, dass Crowd Work ein heterogenes Feld ist. *Schmidts* Analyse deckt sich im Wesentlichen mit den Erkenntnissen von *Leimeister*, da sie ähnliche Plattformtypen ausmachen. *Maier/ Viete* verzichten in ihrem Forschungsbericht auf eine Kategorisierung nach Crowd, Gig, Cloudwork etc. Das ist insofern gut, als sie sich nicht in definitorische Abgrenzungsprobleme und vor allem in unklare Begrifflichkeiten begeben. Die drei Kategorisierungen sind kumulativ zu lesen, keine widerspricht der anderen vehement. Damit ist klar, dass Crowd Work oder eben die plattformbasierte Erwerbsarbeit unabhängig von Begriffen als neues Arbeitsorganisationsprinzip zu begreifen ist. Das entspricht auch einem juristischen Grundsatz, dass die Falschbezeichnung nicht schade, wenn alle das Richtige meinen. Ohne hier ein Maß anlegen zu wollen, welche Bezeichnung nun falsch oder richtig sei, so kommen wir doch zu dem Schluss, dass Plattformarbeit die Arbeitswelt erfasst hat. Daran schließen sich Studien zu der Frage nach Verbreitung und Motiven von Crowd Work an – zum einen aus Sicht der Unternehmen, also der Crowdsourcer (II.) und zum anderen aus Sicht der Crowd Worker (III.).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

II. Die Crowdsourcer bei Crowd Work

1. Gründe für Crowd Work aus Unternehmenssicht

Im letzten Jahrhundert wurde die vertikale Integration als Quelle der Optimierung von Wertschöpfungs- und Lieferketten betrachtet.[134]

In den letzten Jahrzehnten wurde dieser Prozess zunehmend durch das Outsourcing überlagert, in dem die Auslagerung ganzer Phasen der Wertschöpfungskette als Schlüssel zu mehr Wettbewerbsfähigkeit genutzt wurde. Fortschritte in den Informations- und Kommunikationstechnologien bei gleichzeitig noch zunehmender Globalisierung, führen zu einem immer stärkeren Wettbewerb in vielen Branchen. Viele Unternehmen bedienen den globalen Markt und sehen sich damit einer Konkurrenz ausgesetzt, die vielerorts unterschiedliche Ausgangsbedingungen hat. Unternehmen aus sogenannten Hochlohnländern wie Deutschland, können mit den billigen Löhnen anderer Länder nicht konkurrieren. Der Schlüssel, den globalen Wettbewerb dennoch zu bestreiten, funktioniert meist über verbesserte Prozesse und Innovation. Dabei spielen moderne Informations- und Kommunikationstechnologien eine herausragende Rolle für unternehmensübergreifende Daten-, System- und Prozessintegration sowie für die Koordination der Leistungserstellungs- und Kundeninteraktionsprozesse.[135] Neue Organisationskonzepte ermöglichen eine zumeist asynchrone Zusammenarbeit weltweit verteilter Akteure, die räumliche und zeitliche Grenzen hinter sich lassen.[136] Die Crowd ist ein gigantischer Work-on-demand Pool, der das Wissen unterschiedlichster Kulturkreise in sich vereint und schließlich dem Unternehmen zur Verfügung stellen kann.[137] *Howe* greift das Prinzip Crowdsourcing in Bezug auf Arbeitsbeziehungen so auf, dass dadurch die Wahrscheinlichkeit kluge Menschen zu finden ungleich größer geworden ist, als durch herkömmliche Arbeitsbeziehungen.[138] Wenn man jedoch an Microtasks denkt, so wird es dabei sicher nicht darauf ankommen, dass man den/die Beste findet. Es geht um die Erledigung „digitaler Fließbandarbeit".

Die Tatsache, dass es Crowd Work gibt und dass es den Prognosen zufolge weltweit eher zu- als abnimmt, lässt die Schlussfolgerung zu, dass

134 *Garrigos-Simon/Narangajavana*, Advances in Crowdsourcing, S. 3.
135 *Leimeister*, HBS Study Nr. 324, S. 7.
136 *Leimeister*, HBS Study Nr. 324, S. 7.
137 *Pelzer/Wagner* in: Wagner et al. (Hrsg.), CSR und Social Media, S. 173.
138 *Howe,* Crowdsourcing, S. 11.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

die Vorteile für Crowdsourcer überwiegen. Gleichwohl gibt es bisher keine Studie, die diese Kosten-Nutzen-Rechnung einmal analysiert hätte.[139] Interessant ist hier auch die Werbung der Plattformen. Deren zahlende Kundschaft sind ja die crowdsourcenden Unternehmen, so, dass sie ihnen gegenüber auch die eigenen Vorteile bewerben. So wirbt AMT:

> *" [AMT] gives your business access to a scalable, on-demand workforce. [It] lets you get results faster by having multiple workers complete individual Human Intelligence Tasks (HITs) in parallel. The global worker community on Mechanical Turk lets you get work done at a lower cost than was previously possible".*[140]

Darüber hinaus lassen sich verschiedene Risiken und Vorteile für die Crowdsourcer zusammenfassen.

In der vorherrschenden Wirtschaftsform lassen sich viele Vorteile als Kostenvorteile klassifizieren. Diese können unterschiedlicher Natur sein:[141]

- Die Informationsbeschaffungskosten fallen geringer aus, d.h. Crowdsourcer müssen nicht geeignete Auftragnehmer/innen suchen, sondern diese finden die Aufgabe.
- Die Vertragskosten fallen ebenfalls geringer aus, da die Crowdsourcer in den meisten Fällen nur mit der Plattform einen Vertrag abschließen. Damit sind auch Kosten der Kontaktaufnahme, Vertragsanbahnung und Ähnliches deutlich geringer.
- Durch die geringere Entlohnung können Crowdsourcer Vorteile bei den Arbeitskosten haben. Die Vorteile bei den Arbeitskosten erwachsen aus verschiedenen Positionen. Zuallererst die geringere Entlohnung an sich. *Malone et. al*. rechnen bei diesen Kosten auch ein, dass Angestellte für bestimmte Aufgaben aus dem Microtaskbereich länger bräuchten als Crowd Worker, die diese für geringe Centbeträge parallel bearbeiten können.[142]

---

139 *Leimeister/Zogaj/Blohm*, HBS Study 287, S. 54.

140 https://requester.mturk.com/tour, abgerufen am 11.05.2020, Übersetzung: „[AMT] bietet Ihrem Unternehmen Zugang zu einer skalierbaren, immer verfügbaren Arbeiterschaft. Ergebnisse sind schneller verfügbar, indem sie mehrere Arbeiter die HITs parallel bearbeiten lassen. Die weltweite Gemeinschaft der Arbeitet auf AMT ermöglicht es, die Arbeit sehr viel günstiger erledigen zu lassen, als es je vorher der Fall war."

141 *Leimeister/Zogaj/Blohm*, HBS Study Nr. 287, S. 53 ff.

142 *Malone/Laubacher/Johns*, Harvard Business Review 2011, S. 7 abrufbar unter: https://hbr.org/2011/07/the-big-idea-the-age-of-hyperspecialization, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Darüber hinaus gibt es noch weitere Vorteile, die nicht unmittelbar Kostenvorteile sind:

- Der Zugriff auf einen enormen Wissens- und Kompetenzpool ist bereits unter dem Aspekt der Weisheit der Vielen und der Open Innovation erläutert worden und stellt ebenfalls einen Vorteil dar.
- Die Zerlegung von Aufgaben in kleinere Teile oder wie im Fall vom Microtasking sogar in Kleinstteile, ermöglicht eine schnelle Aufgabenabwicklung. Crowd Worker können Aufgaben eines größeren Projektes parallel bearbeiten, so dass das Ergebnis nach dem Zusammenfügen der einzelnen Ergebnisse schneller verfügbar ist.
- Die On-Demand-Verfügbarkeit von Arbeitskräften gibt Crowdsourcern ein hohes Maß an Flexibilität.
- Viele Unternehmen verbringen viel Zeit mit „Hilfsarbeiten", die nötig sind, um ihr Kerngeschäft führen zu können. Diese Aufgaben können auch ausgelagert werden, damit sich die Crowdsourcer auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und weiter spezialisieren können.

Folgende Nachteile können mit Crowd Work verbunden sein.[143]

- Je nachdem um welche Art Crowd Work es sich handelt, kann die Aufgabendefinition sehr aufwendig sein. Bei Aufgaben, die ohnehin stark parzelliert sind wie z.B. das Kategorisieren von Modeprodukten, wird diese Aufteilung wenig problematisch sein. Wenn es jedoch um komplexere Projekte geht, die sich nicht einfach in kleinere Arbeitspakete zerlegen lassen, kann der Aufwand sehr hoch sein.
- Die Kosten des gesamten Crowd Work Prozesses kann ein Unternehmen nicht bis ins letzte Detail absehen (z.B. infolge von Revisionen wegen mangelhafter Bearbeitung).
- Darüber hinaus besteht die Gefahr eines Kontrollverlustes, wenn man mit externen Arbeitskräften arbeitet.[144]
- Eine weitere Gefahr ist, dass unternehmensinternes Know-How abfließt.[145] Ebenso kann es ein Unternehmen verpassen, Know-How aufzubauen und damit Markchancen verbauen. Es kann zur Ablehnung durch die interne Belegschaft kommen. Sei es, dass sie sich nicht wertgeschätzt fühlen oder eine Entwicklung absichtlich schlechtmachen,

143 *Leimeister/Zogaj*, HBS Nr. 287, S. 57 f. und alle weiteren Ausführungen bis zur nächsten Fn.

144 *Leimeister/Zogaj*, HBS Nr. 287, S. 58.

145 *Penin/Burger-Helmchen*, International Journal of Innovation and Sustainable Development, 2011, S. 246–263.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

weil sie eben nicht aus den eigenen Reihen kommt. Das wird auch als „*not-invented-here-Syndrom*“ bezeichnet.[146]

2. Wer sind die Crowdsourcer?

Interessant ist, welche Unternehmen sich der neuen Arbeitsform Crowd Work bedienen. Zum Teil geben die Crowd Work Plattformen selbst an, wer ihre Kunden sind. Daneben erschienen drei Studien des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des BMAS im September 2014, im Oktober 2016 und November 2018 Studien, die aufzeigen sollten, welche Unternehmen Crowd Work nutzen.[147] Im Folgenden werden diese überblickshalber zusammengestellt.

a) Angaben der Plattformen

Die **Microtask-Plattform** clickworker gibt an mit der bekannten Unternehmen wie Telekom, paypal und Honda zusammengearbeitet zu haben. In allen Bereichen waren die Tätigkeiten im Bereich Content und Suchmaschinenoptimierung angesiedelt.[148] Nach den Angaben der Plattform Growdguru waren bereits Online Größen wie Zalando, Immobilienscout24 und TrustedShops ihre Kunden.[149] Die international bekannteste Plattform aus dem Microwork Bereich AMT nennt keine Kunden.

Die **Marktplatz-Plattform** Upwork zählt zu ihren Kunden Branchenriesen wie Dropbox und Airbnb. Twago, die Tätigkeiten wie Programmieren, Grafik Design und professionelle Schreibarbeit anbieten, nennen Buffallo, Siemens, Metryc, spreadshirt ihre Kunden.

Die hier vorgestellte deutschsprachige **Design-Plattform** designenlassen hatte nach eigenen Angaben seit 2008 über 32.000 Kund/innen. Darunter finden sich eher keine großen Namen. Auf fast 700 Seiten Kundenbewertungen kann man sehen, wer die Kund/innen sind: Kleine und mittelständische Unternehmen, die vor allem Unterstützung bei ihrer Webpräsenz,

146 *Chesbrough*, Open Innovation, S. 24.
147 *Ohnemus/Erdsiek/Viete*, ZEW BMAS Forschungsbericht Nr. 473, Oktober 2016.
148 https://www.clickworker.de/category/referenzen/, abgerufen am 09.06.2020.
149 https://www.crowdguru.de/referenzen/, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

neue Logos oder Ähnliches benötigen.[150] Ähnlich wie bei der Plattform designenlassen kommen bei 99designs alle Kundenstimmen in Form von den von ihnen abgegebenen Bewertungen zu Wort.[151]

Viele große Namen findet man bei den **Innovationsplattformen**. Jovoto begleitete Projekte von großen Unternehmen wie Milka (Mondelez), Miele, Coca Cola, Sennheiser, Kellogs, Henkel, Deutsche Bank und viele mehr.[152] Gerade größere Unternehmen, die durch Innovation wettbewerbsstark bleiben wollen, werden die oben beschriebene Weisheit der Vielen in einem offenen Innovationsprozess auf einer Plattform besser vorantreiben können als sie es innerhalb ihrer Unternehmensgrenzen bewältigen könnten (s.o.).

Die international relevante Plattform für Innovationen InnoCentive kann mit Größen der Pharmaindustrie dienen: AstraZeneca, Sanofi und Boehringer Ingelheim. Daneben gibt es auch Nachfrage von Unternehmen wie MasterCard, Stiftungen wie der Epilepsy Foundation oder staatlichen Einrichtungen wie der NASA oder DARPA.[153] Interessant ist auch der Aufbau der Webseite. Manche Unternehmen unterhalten einen eigenen „Pavillon", d.h. sie haben einen angestammten Platz für ihre Forschungsfragen. Interessierte können sich damit gezielt nach einem Unternehmen, Einrichtung etc. schauen, für die sie Probleme lösen möchten. Das zeigt, dass sich das Crowdsourcing in beide Richtungen etabliert hat: für die Crowdsourcer und für Crowd Worker.

Die **Testing-Plattform** test.IO, die ehemals unter testCloud firmierte, nennt Otto, l'tur, Soundcloud, easycredit und viele mehr als Kund/innen. Es geht dabei insbesondere um das Testen von Apps, die für mobile Endgeräte genutzt werden.[154] Testbirds kann mit einem breiten Portfolio von Referenzen dienen: Deutsche Post, Braun, dm, Audi, DHL, Western Union, Würth, Deutsche Bahn, Henkel und viele mehr.[155]

Die Angaben aus Plattformsicht über die Crowdsourcer erlauben je nach Plattform unterschiedliche Schlussfolgerungen: Die Plattformen Microtask, Marktplatz, Innovation und Testing zählen viele für Verbrau-

150 https://www.designenlassen.de/nutzermeinungen?offset=10, abgerufen am 11.05.2020.
151 https://99designs.de/testimonials, abgerufen am 11.05.2020.
152 www.jovoto.de, abgerufen am 11.05.2020.
153 https://www.innocentive.com/ar/challenge/browse?pavilionName=Global+Health&pavilionId=1916&source=pavilion, abgerufen am 11.05.2020.
154 https://test.io/de/, abgerufen am 11.05.2020.
155 https://www.testbirds.de/unternehmen/ueber-uns/referenzen/, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

cher/innen bekannte Namen zu ihrer Kundschaft. Es zeigt also, dass Crowd Work von vielen Unternehmen des täglichen Bedarfs genutzt wird. Es lässt sich mit dieser oberflächlichen Betrachtung freilich nicht feststellen, welche Tätigkeiten dies genau sind und ob diese Tätigkeiten ohne Crowd Work im Unternehmen verblieben wären oder ob es sie sonst gar nicht gäbe.

Es sollte vielmehr zeigen, dass viele Plattformen es auch als Qualitätskriterium sehen, dass sie von großen Unternehmen genutzt werden. Ebenfalls zeigt es, dass Crowd Work etwas ist, worüber vielleicht noch nicht jeder/e im alltäglichen Leben spricht, was aber im alltäglichen Konsumverhalten durchaus seine indirekten Effekte erzielt.

b) Unternehmensbefragungen Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des BMAS 2014, 2016, 2018

Im Rahmen des Dialogprozesses Arbeit 4.0 beauftragte das BMAS das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) mit der Frage, welche Unternehmen bereits Crowd Work nutzen. Eine erste Befragung führte das ZEW im Herbst 2014 im Wirtschaftszweig Informationswirtschaft durch (IKT-Branche, Mediendienstleister, wissensintensive Dienstleister). Diese Befragung wurde im Herbst 2016 und 2018 wiederholt. An der Konjunkturumfrage Informationswirtschaft des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung beteiligen sich vierteljährlich rund 1.000 Unternehmen mit mindestens 5 Beschäftigten aus den Branchen (1) IKT Hardware,(2) IKT-Dienstleister, (3) Medien, (4) Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, (5) Public-Relations- und Unternehmensberatung, (6) Architektur- und Ingenieurbüros, technische, physikalische und chemische Untersuchung, (7) Forschung und Entwicklung, (8) Werbung und Marktforschung, (9) sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten. Alle neun Branchen zusammen bilden den Wirtschaftszweig Informationswirtschaft. Es handelt sich um eine repräsentative Unternehmensbefragung; das heißt aus einer kleinen Stichprobenanzahl können mittels statistischer Hochrechnung Rückschlüsse auf andere Unternehmen der Art und Größe geschlossen werden. Um die Repräsentativität der Analysen zu gewährleisten, rechnet das ZEW die Antworten der Umfrageteilnehmer auf die Anzahl aller Unternehmen der betrachteten Branchen hoch.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

aa) ZEW Herbst 2014[156]

Bei der ersten Befragung durch das ZEW gaben 45 Prozent der befragten Unternehmen an, dass ihnen Crowd Work und das Konzept bisher völlig unbekannt sei.

Im Teilbereich der Mediendienstleister lag der Bekanntheitsgrad deutlich höher, da 60 Prozent der befragten Unternehmen etwas mit dem Begriff Crowd Work anfangen konnten. Wenn es um die Nutzung geht, so lag diese im gesamten Wirtschaftszweig Informationswirtschaft bei 4,2 Prozent. Darunter nutzten am häufigsten Mediendienstleister mit 9,2 Prozent Crowd Work Modelle, dahinter kamen mit 5,3 Prozent Unternehmen der IKT Branche und mit 3,2 Prozent wissensintensive Dienstleister. Die zurückhaltende Nutzung wurde dabei zum einen auf die Unbekanntheit des Arbeitskonzeptes geführt, sowie darauf, dass sich das Arbeitsmodell insgesamt nicht für die Arbeitsinhalte eigne.

bb) ZEW Herbst 2016[157]

Die erneute Durchführung der Umfrage im Herbst 2016 beförderte neue Erkenntnisse über die Nutzung von Crowd Work in Unternehmen. Insgesamt stieg die Bekanntheit von Crowd Work in der Informationswirtschaft auf 77,5 Prozent. Im verarbeitenden Gewerbe liegt die Bekanntheit des Konzeptes bei 70,8 Prozent, wobei sie bei Chemie und Pharma am höchsten und im Fahrzeugbau am niedrigsten ist. Die Nutzung sei der Studie zufolge insgesamt auf einem niedrigen Niveau, wobei sie in der Informationswirtschaft insgesamt höher ist als im verarbeitenden Gewerbe. Bei Mediendienstleistern liegt die Crowd Work Nutzung bei 6,2 Prozent, im IKT Bereich bei 5,2 Prozent und bei wissensintensiven Dienstleistungen bei 2,3 Prozent. Im verarbeitenden Gewerbe lag sie bei die der vier ausgewählten Teilbereiche unter einem Prozent, lediglich im Bereich Chemie und Pharma lag sie bei 1,6 Prozent. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die Nutzung nicht im gleichen Maße zunimmt wie die Bekanntheit des Crowd Work Konzeptes. Ein weiteres Ergebnis der Studie war, dass insbesondere kleinere Unternehmen mit bis zu 19 Mitarbeiter/innen am

156 Nachfolgender Abschnitt aus: *Ohnemus*, ZEW Branchenreport Informationswirtschaft, 2015, S. 3.

157 Nachfolgender Abschnitt aus: *Ohnemus/Erdsiek/Viete*, ZEW Unternehmensbefragung 2016, Forschungsbericht Nr. 473 für das BMAS, November 2016, S. 4 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

ehesten Crowd Working nutzten, während Unternehmen von 20 bis 99 Mitarbeiter/innen geringere Nutzungsraten aufwiesen.

Insgesamt geben Unternehmen der Informationswirtschaft und des verarbeitenden Gewerbes an in Zukunft mehr Crowdworking in ihre Arbeitsprozesse implementieren zu wollen.

cc) ZEW Herbst 2018[158]

Crowdworking ist im Jahr 2018 ein über alle betrachteten Teilbranchen weit bekanntes Konzept. So ist unter den Unternehmen der Informationswirtschaft Crowdworking etwa 84 Prozent ein Begriff. Im Vergleich zur weiten Bekanntheit verharrt die tatsächliche oder geplante Nutzung von Crowdworking auch im Jahr 2018 auf einem recht niedrigen Niveau. So nutzen innerhalb der Informationswirtschaft im Jahr 2018 knapp über zwei Prozent der Unternehmen Crowdworking-Plattformen zur Rekrutierung externer Arbeitskräfte.

Am verbreitetsten ist die Nutzung von Crowdworking auch im Jahr 2018 unter den Mediendienstleistern. Hier nutzen aktuell 6,4 Prozent der Unternehmen Crowdworking und weitere 2,7 Prozent planen den Einsatz bis Ende des kommenden Jahres. Dies spiegelt die Tatsache wider, dass sich Arbeitsschritte bei der Erbringung von Mediendienstleistungen besonders gut für eine Auslagerung in die Crowd eignen. Dementsprechend finden sich viele Plattformanbieter für die Vermittlung von Design- oder IT-Tätigkeiten. Im verarbeitenden Gewerbe ist eine ähnlich geringe Nutzungsrate wie in der Informationswirtschaft zu beobachten. Insgesamt zwei Prozent der Unternehmen nutzen hier Crowdworking und knapp über ein Prozent planen eine Nutzung bis Ende 2019. Am weitesten verbreitet ist Crowdworking bei den Maschinenbauern, unter denen im Jahr 2018 4,5 Prozent Crowdworking einsetzen. Allerdings ist die Nutzungshäufigkeit in den Unternehmen, die von Crowdworking-Plattformen Gebrauch machen, relativ gering.

158 *Ohnemus/Erdsiek/Viete*, ZEW Unternehmensbefragung 2018, Forschungsbericht Nr. 525 für das BMAS, Februar 2019, S. 5 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dd) Schlussfolgerungen aus den ZEW Studien

Die Studien bemühen sich um Repräsentation, die durch unterschiedliche statistische Methoden hergestellt werden kann. Dennoch bilden die Studien die soziale Wirklichkeit m.E. nur unzureichend ab. Insgesamt scheint Crowd Work durch die Bereiche hinweg auf einem prozentual niedrigen Niveau genutzt zu werden.

Dadurch wird der Eindruck erweckt, die absoluten Zahlen seien ebenfalls auf niedrigem Niveau. So können also 1,6 Prozent Nutzung von Crowd Work in der Chemie und Pharma Industrie in absoluten Zahlen eine arbeitsmarktpolitische Signifikanz beinhalten. Absolute Zahlen sind jedoch nicht bekannt. Daher ist es schwierig, die Zahlen zu interpretieren. Die Studien bilden daher einen ersten Aufschlag, um überhaupt einmal zu eruieren, wer Crowd Work bereits nutzt. Fragen wie, wer nun konkret die Crowdsourcer sind und welche Tätigkeiten ausgelagert werden, bleiben offen. Wie oben kurz skizziert wurde, zeichnen die Plattformen hier ein klareres Bild: Sie gehen teils recht offen damit um, wer die Crowdsourcer, also ihre Kund/innen sind und welche Tätigkeiten mittels Crowd Work bewältigt werden können. Könnte es beispielsweise sein, dass bestimmte Unternehmen als sogenannte *„early adopters"* schnell auf das Crowd Work Konzept aufgesprungen sind und hier organisatorische Erfahrung sammeln, die dann andere Unternehmen und Branchen für ihre Crowd Work Prozesse nutzen können? Das sind freilich große Forschungsbedarfe, die sich in einer solch fließenden Materie nicht ad hoc abbilden lassen.

III. Die Crowd Worker[159]

Um es gleich vorwegzunehmen: Es bereitet große Schwierigkeiten, die Zahl jener zu bestimmen, die auf Arbeitsplattformen arbeiten. Es sind in Deutschland und international zwar Studien erschienen, die insbesondere die sozio-ökonomische Situation der Menschen abbilden. Jedoch kann man kaum zuverlässig bestimmen, wie groß die Arbeiterschaft in der Plattformökonomie ist. In der Literatur wird dieses Problem aufgegriffen und Arbeitsmarktexpert/innen kritisieren, dass dies bisher kaum erfasst ist.[160] Wir können immer noch nicht mit Sicherheit sagen, wie viele Menschen

159 Abschnitt aus: *Schneider-Dörr*, HBS Working Paper Nr. 116, 2019, S. 18 ff.

160 *Hill*, Die Start-up-Illusion, S. 173; *Pongratz/Bormann*, AiS 2017, S. 158–181 (S. 159, 163).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

deutschland-, europa- und weltweit in der Plattformökonomie arbeiten. Das entbindet nicht von der Pflicht, sich möglichen Zahlen zu nähern. In einem **ersten Schritt** ist die Verbreitung von Crowd Work in Deutschland und Europa darzustellen. Einige Studien versuchen mittels repräsentativer Befragungen hochzurechnen, wie groß die Zahl der Erwerbstätigen in der Plattformökonomie ist. In einem **zweiten Schritt** sind die relevanten internationalen Studien mit ihren wichtigsten Essenzen zu berücksichtigen. Schließlich sind für Deutschland einige Studien erschienen, die sich den sozio-ökonomischen Gegebenheiten der Crowd Worker in Deutschland widmeten.

1. Verbreitungszahlen von Crowd Work in Deutschland und Europa

a) Huws/Spencer/Joyce, Crowd Work in Europe, FEPS Studies, Dezember 2016[161]

In der Studie von *Huws/Spencer/Joyce* wurden in mehreren europäischen Ländern (Großbritannien, Schweden, Niederlande, Österreich und Deutschland) jeweils etwa 2000 Personen im Alter zwischen 16 und 65 Online zu ihrer Teilnahme an plattformbasierter Erwerbsarbeit befragt. Die Studie bezieht sich auf länderspezifische Stichproben, die im Rahmen eines omnibus-Erhebungsdesigns zustande kamen.[162] Als Ergebnis zeigt sich, dass der Anteil der Befragten, die jemals auf einer Online-Plattformen gearbeitet haben, zwischen 9 Prozent in den Niederlanden und Großbritannien und 19 Prozent in Österreich (in Deutschland 12 Prozent) liegt. Dass sie zumindest einmal in der Woche plattformvermittelte Arbeitsleistungen durchführen, geben zwischen 5 Prozent in Schweden, den Niederlanden und Großbritannien und 9 Prozent in Österreich (in Deutschland 6 Prozent) an.

---

161 *Huws/Spencer/Joyce*, Crowd Work in Europe, FEPS Studies Dezember 2016, http://researchprofiles.herts.ac.uk/portal/en/publications/crowd-work-in-europe(30dbdc7c-9919-4150-a485-4fcb06cd6606)/export.html, abgerufen am 11.05.2020.

162 Bei einer omnibus-Erhebung wird die Befragung basierend auf einer bereits bestehenden Stichprobe durchgeführt, die für Befragungen mit verschiedenen Inhalten genutzt wird.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

b) *Manyika et. al.*, McKinsey Global Institute Report 2016[163]

Eine weitere für Europa interessante Studie ist die des McKinsey Global Institutes. Ein Teil der Studie bezog sich konkret auf Solo-Selbstständige, die Dienstleistungen über online Plattformen erbringen.

Nach der Untersuchung des MGI arbeiteten ca. 6 Prozent aller Solo-Selbstständigen in den untersuchten Ländern auf Plattformen im Internet, die Dienstleistungen anbieten.[164]

In absoluten Zahlen sprechen wir über ca. 9 Millionen Menschen, die in den untersuchten Ländern durch Crowd Work oder on-Demand Work ihr Haupt- oder Nebeneinkommen bestreiten. Zu diesen Zahlen gelangten die Forscher/innen des MGI durch eine repräsentative Umfrage mit 8.000 Teilnehmer/innen aus den USA, Deutschland, Spanien, Frankreich, Schweden und Großbritannien, die sie hochrechneten.[165]

c) *Bonin/Rinne*, Omnibusbefragung zur Verbesserung der Datenlage neuer Beschäftigungsformen, November 2017[166]

In einer Studie von *Bonin/Rinne* für Deutschland wurden auf Basis eines repräsentativen omnibus-Erhebungsdesigns 10.017 Personen telefonisch befragt, ob sie aktuell online oder im realen Leben Arbeitsaufträge ausführen, die sie sich über das Internet oder eine App besorgt haben. Die Studie wurde im Auftrag des BMAS vom Institute of Labor Economics IZA durchgeführt. In einem ersten Schritt kamen sie zu dem Ergebnis, dass ca. 2,9 Prozent der deutschen Erwerbsbevölkerung als Crowd Worker aktiv sind.[167] Allerdings sehen sie diese Ergebnisse als nach oben verzerrt an, da viele Produkte und Dienstleistungen, die sie über eine eigene Homepage oder über Plattformen wie eBay angaben, ebenfalls dazu zählten. Diese zum Teil sehr fehlerhaften Selbsteinstufungen machten aus Sicht der Wis-

163 Manyika et. al., MGI Report „Independent work: Choice, necessity, and the gig economy", October 2016, S. 27 ff. abrufbar unter: https://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy; im Folgenden zitiert als: MGI 2016.

164 MGI 2016, S. 36 f.

165 MGI 2016, S. 31.

166 *Bonin/Rinne*, Verbesserung der Datenlage neuer Beschäftigungsformen, November 2017, im Folgenden *Bonin/Rinne*; abrufbar unter: http://doku.iab.de/externe/2017/k171204v03.pdf, abgerufen am 15.07.2020.

167 *Bonin/Rinne*, S. 9 und alles Folgende bis zur nächsten Fn.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

senschaftler eine Korrektur nötig. Nach dieser Korrektur gingen nur 0,6 Prozent der Erwachsenen deutschsprachigen Bevölkerung einer Tätigkeit auf einer Gigwork-Plattform nach und 0,27 Prozent von ihnen waren im Bereich Crowd Work tätig. Nach weiterer Bereinigung etwaiger Messfehler kamen sie auf eine Prozentzahl von 0,85 Prozent der Erwachsenen deutschsprachigen Bevölkerung, die offline und online auf Plattformen arbeiten.[168] In absoluten Zahlen sprechen wir etwa über knapp eine Million Menschen – wohlgemerkt auf online und offline Plattformen. Die Befragung ergibt zudem, dass die ausgeführten Dienstleistungen überwiegend unregelmäßig ausgeführt werden und nur einen Nebenverdienst einbringen.

Der Studie zufolge bewege sich die Verbreitung von Crowd Work und Gig Work in Deutschland derzeit nahe an der Messbarkeitsschwelle. Um belastbare Befragungsergebnisse über Verbreitung und mögliche Problemlagen der neuen Beschäftigungsformen zu gewinnen, braucht es noch große Fallzahlen. Zudem muss Vorsorge getroffen werden, fehlerhafte Selbstauskünfte der Befragten zu vermeiden.[169]

d) *Serfling,* Crowd Work Monitor Nr. 1, September 2018[170]

Diese Studie wurde vom BMAS beauftragt, um die Datenlage um die Verbreitungszahlen von Crowd Work in Deutschland zu verbessern. Die Studie ist so angelegt, dass insgesamt vier Studien erhoben werden. Die erste ist dabei im September 2018 veröffentlicht worden. Die Ergebnisse sind mittels einer kontinuierlichen Online-Erhebung von dem Online-Umfrage-Unternehmen Civey durchgeführt worden. Die Datenauswertung fand an der Hochschule Rhein-Waal statt. Die Online-Erhebung erfolgte mithilfe eines sog. HTML-Widgets auf über 25.000 Webseiten, Blogs und Nachrichtenportalen (z. B. Spiegel Online, Welt.de, Cicero etc.) und erreichte so eine große Zahl von Internetnutzer/innen. Da es der erste Teil einer vierteiligen Studie ist, wird die Grundgesamtheit der Befragten mit jeder weiteren Studie wachsen. In der 1. Studie wurden rund 375.000 Internet-

168 *Bonin/Rinne*, S. 11.
169 *Bonin/Rinne*, S. 4.
170 *Serfling*, Crowdworking Monitor Nr. 1, September 2018; im Folgenden: Crowdworking Monitor Nr. 1, 2018; verfügbar unter: https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Meldungen/2018/crowdworking-monitor.pdf?__blob=publicationFile&v=1, abgerufen am 18.09.2019.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nutzer befragt. Dies stellt die bis dato größte Stichprobe einer Untersuchung zu Crowd Work in Deutschland dar.[171] Zur Eliminierung von Verzerrungen durch Mehrfachabstimmungen und Internetnutzung werden die Stimmen registrierter Civey-Nutzer anhand soziodemografischer Merkmale unter Zuhilfenahme des Mikrozensus auf die Wahlbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland hochgerechnet. In der Studie wurden Crowd Worker definiert als *„natürliche Personen, die zumindest einen Teil ihres Einkommens durch die Erledigung bezahlter temporärer Arbeitsaufträge erzielen, die über Internet-Plattformen oder Smartphone-Apps vermittelt werden"*.[172] Eine Organisation von Arbeitsaufträgen, die firmenintern stattfindet, ist damit ausgeschlossen. Arbeitsaufträge können sowohl online als auch in der realen Welt durchgeführt werden.

Um die Teilnehmerinnen und Teilnehmer als Crowdworker zu identifizieren, wurde die Frage gestellt:

> *"Arbeiten Sie für bezahlte Arbeitsaufträge, die Sie über Online-Plattformen oder -Marktplätze vermittelt bekommen?"*.

Die Studie brachte signifikant höhere Zahlen zutage als die vorangegangenen Studien:[173] Danach liege der Anteil aktiver Crowdworker gemessen im Verhältnis zur wahlberechtigten deutschen Bevölkerung bei bis zu 4,8 Prozent. Die wahlberechtigte deutsche Bevölkerung hatte bei der Bundestagswahl 2017 eine Größe von 61,69 Mio. Menschen.[174] Ein Anteil von 4,8 Prozent entspräche somit etwa 3 Mio. Crowd Workern. Von diesen erzielen rund 70 Prozent ein Erwerbseinkommen. In absoluten Zahlen sprechen wir hier von 2,1 Mio. Crowd Workern. Bis zu weiteren 3 Prozent können sich Crowd Work zukünftig vorstellen – ein ebenso hoher Anteil hat dies in der Vergangenheit getan. Somit können bis zu 10,7Prozent der Bevölkerung als crowdworking-affin bezeichnet werden.[175] Auch in dieser Studie gehen die Wissenschaftler/innen von einer Verzerrung nach oben aus. Zum einen führen sie das auf das Erhebungsdesign zurück, denn die Fragen sind eingebettet in Internetaktivitäten, so dass die Befragten freiwil-

171 Crowdworking Monitor Nr. 1, 2018, S. 1 f.
172 Crowdworking Monitor Nr. 1, 2018, S. 2.
173 BMAS Webseite, Ausmaß von Plattformarbeit in Deutschland höher als erwartet, 10.10.2019, abrufbar unter: https://www.bmas.de/DE/Presse/Meldungen/2018/ausmass-von-plattformarbeit-in-deutschland-hoeher-als-erwartet.html, abgerufen am 11.05.2020.
174 Abgerufen am 11.05.2020 unter: https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und fakten/bundestagswahlen/280397/wahlberechtigte.
175 Crowdworking Monitor 2018, S. 2.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

lig teilnahmen und sich bei der Internetnutzung unbeobachtet fühlen, was einen positiven Zusammenhang mit den positiven Antworten haben kann.[176] Auch ist nicht klar, ob die Befragten nicht ähnliche Fehler bei der Selbsteinschätzung hatten wie in der Studie von *Bonin/Rinne*.

2. Internationale Studien zu Crowd Workern – Verbreitung und sozioökonomische Gegebenheiten

Es ist in den letzten Jahren eine Vielzahl internationaler Studien erschienen, die sich mit Plattformarbeit befassen.[177] Im Folgenden werden daraus drei abgebildet, die aus Sicht der Verfasserin den besten Blick auf die weltweite Situation von Plattformarbeit bieten. Die wohl am häufigsten zitierte Studie ist die der Weltbank aus den Jahr 2015. Obwohl sie damit eher zu den älteren Studien zählt, bringt sie wichtige grundlegende Erkenntnisse. Zwei weitere Studien kommen von der ILO, eine aus dem Jahr 2016 und eine neuere aus dem Jahr 2018. Diese sind insofern von größerem Interesse als sie sich mit Microtask Plattformen befassen.

a) *Kuek et. al.*, Bericht der Weltbank zum Online Outsourcing 2015

Im Juni 2015 veröffentlichte die Weltbank einen Bericht mit dem Titel „*The Global Opportunity in Online Outsourcing*“, der sich auch mit Crowd Work befasste.[178] In dem Bericht wird Online Outsourcing eingeteilt in Microwork, also klassischer Crowd Work und online freelancing, was nicht zwangsläufig wie Crowd Work ausgestaltet sein muss.

In dieser Untersuchung wird die These gestützt, dass online freelancing Plattformen wie upwork insbesondere von kleineren Unternehmen genutzt werden, während Microwork insbesondere von mittleren und größe-

176 Crowdworking Monitor 2018, S. 17.

177 Überblick bei: *Maier/Viete*, Plattformbasierte Erwerbsarbeit: Stand der empirischen Forschung, FB 498 BMAS, November 2017; abrufbar unter: https://www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/Forschungsberichte/Forschungsberichte-Arbeitsmarkt/fb498-plattformbasierte-erwerbsarbeit-stand-der-empirischen-forschung.html, abgerufen am 11.05.2020.

178 *Kuek et. al.*, World Bank, The Global Opportunity in Online Outsourcing, 2015; zitiert als WB 2015; abrufbarbar unter: http://documents.worldbank.org/curated/en/138371468000900555/The-global-opportunity-in-online-outsourcing, abgerufen am 19.09.2019.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ren Unternehmen genutzt wird.[179] Gerade die stete Sammlung von großen Datenmengen macht Microwork für mittlere und große Unternehmen attraktiv, denn deren Auswertung, Pflege, Löschung von Daten etc. ist leicht als Microwork zu organisieren. Die Hauptnachfrage nach online Outsourcing komme dem Bericht zufolge aus Australien, Canada, Großbritannien und den USA.[180] Der Weltbank Bericht legt in seiner Untersuchung auch ein besonderes Augenmerk auf die Chancen von Online Outsourcing für Entwicklungsländer.

Der Umsatz des Marktes für Online Outsourcing betrug Expert/innen zufolge für das Jahr 2016, 4,4 Milliarden US-Dollar. Davon seien 400 000 Millionen US-Dollar auf den Microwork Markt entfallen. Die mittelfristigen Erwartungen für 2020 erwarten einen Gesamtumsatz von 15 – 25 Milliarden US-Dollar auf dem Markt für Online Outsourcing.[181]

Dem Bericht der Weltbank zufolge kommen zwei Drittel der Arbeiter/innen aus den USA (die meisten), Indien und den Philippinen. In Europa stellten Serbien und Rumänien die meisten online Worker im Proporz zu ihrer Bevölkerung. In Afrika gäbe es insgesamt die wenigsten online Worker, allerdings kämen die meisten aus Südafrika und Kenia.[182] Die sozioökonomischen Bedingungen stellen sich so dar: Die meisten online Worker sind männlich und jünger als 35. 75 Prozent der Crowd Worker, die online freelancing nachgehen, haben einen universitären Abschluss, bei Microwork sind es 33 Prozent der untersuchten Fälle. Microwork stellte für die meisten einen Nebenerwerb dar, während online freelancing für 50 Prozent der Befragten die Haupteinnahmequelle war.[183] Die Vergütungen variierten insbesondere abhängig von ihrem Herkunftsland. Auf den Philippinen betrug das Durchschnittseinkommen für Daten- und Contentpflege auf upwork 3–5 US-Dollar/pro Stunde; ein erfahrener nigerianischer Freelancer, der Software Entwicklung und Webdesign anbot, nannte Einkünfte von 20 US-Dollar/pro Stunde. Des Weiteren konnte in der Studie ausgemacht werden, dass in Ländern wie Kenia, Nigeria und Indien die Einnahmen eines Vollzeit Crowd Workers durchaus höher sein konnten als in vergleichbarer Tätigkeit ohne Plattformen; sie konnten Rücklagen für die Rente bilden, ausreichend Nahrung, zusätzliche Weiter-

179 WB 2015, S. 2.
180 WB 2015, S. 2.
181 WB 2015, S. 3.
182 WB 2015, S. 3.
183 WB 2015, S. 3.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bildung und die Unterstützung weiterer Familienmitglieder bezahlen.[184] Gleichwohl dieses positiv zu werten ist, benennt der Report auch Risiken: Unsicherheiten und weniger Schutz als Arbeitnehmer/innen infolge fehlender Organisationsmöglichkeiten, kollektiver Vertretung, sozialen Rechten oder dem Anspruch auf Mindestlohn. Interessanterweise haben die befragten Crowd Worker diese Risiken nicht selbst geäußert. Das mag zum einen daran liegen, dass sich viele dieser Risiken nicht bewusst sind, es in ihrem Land ohnehin keine nennenswerten und durchsetzbaren Rechte gibt und sie schlicht eine Regulierung fürchten, weil ihnen dann Verdienstmöglichkeiten genommen werden würden.[185]

Die Jugendarbeitslosigkeit ist in vielen der untersuchten Länder so hoch, dass online Outsourcing einen relevanten Zweig darstellt, um Einkommen zu generieren.[186]

b) *Berg*, „Income Insecurity in the on-demand economy", International Labour Organisation (ILO) 2016

In der Studie der ILO durchgeführt von *Janine Berg*, wurden Umfragen auf den Microwork Plattformen AMT und Crowdflower [Anm. der Verf. firmiert nicht mehr] durchgeführt.[187] Insgesamt wurden 1.167 Crowd Worker befragt, wobei 817 auf AMT und 353 auf Crowdflower arbeiteten. Bei den Befragten von AMT kamen 128 aus Indien und 686 aus den USA. Bei AMT konnten zum Zeitpunkt der Umfrage nur Crowd Worker aus den USA und Indien arbeiten.

Folgendes ließ sich aus der Studie ablesen:

Das Durchschnittsalter lag plattformübergreifend bei unter 35 Jahren.[188] Insgesamt zeigte sich, dass Crowd Worker gut ausgebildet sind, insbesondere konnten 90 Prozent der Crowd Worker aus Indien einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss vorweisen.

Etwa 54 Prozent der Befragten arbeiteten seit mindestens einem Jahr als Crowd Worker. Bei AMT gaben sogar 71 Prozent der Befragten an, dass sie seit mehr als 3 Jahren auf der Plattform arbeiten.[189] Das widerspricht

184 WB 2015, S. 4.
185 WB 2015, S. 4.
186 WB 2015, S. 4.
187 *Berg*, „Income securtiy in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers", ILO 2016, S. 1 ff., zitiert als: ILO 2016.
188 ILO 2016, S. 5.
189 ILO 2016, S. 6.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dem Bild, dass Crowd Work nur eine vorübergehende, ganz gelegentliche Arbeit darstelle.

Bei 45 Prozent der US-amerikanischen AMT Crowd Worker war das Einkommen aus Crowd Work ein Hinzuverdienst zu einen regulären Einkommen; dies gaben nur 10 Prozent der indischen AMT Kollegen an. Insgesamt ist Crowd Work für 37 Prozent der Befragten die erste Einnahmequelle, wobei dies bei den indischen AMT Crowd Workern eine größere Zahl war (49 Prozent) als bei den US-amerikanischen AMT Kollegen (38 Prozent).[190]

Bei den indischen AMT Crowd Workern war der wichtigste Grund, dass sie von zu Hause arbeiten konnten (ca. 32 Prozent). Dort gaben viele an, dass sie Pflegearbeit zu Hause leisten müssen und durch Crowd Work die Vereinbarkeit gegeben sei.

Die Studie ging des Weitern den Arbeitsbedingungen nach. Die Befragten wurden nach ihrer Arbeitszufriedenheit befragt und gleichzeitig sollten sie Änderungswünsche äußern.

Die am meisten wiederholende Antwort war, die niedrige Bezahlung.[191] Das äußerte sich zum einen direkt in der niedrigen Bezahlung, aber auch darin, dass Crowd Worker ca. 7 Stunden ihrer Wochenarbeitszeit (durchschnittlich 28/h Woche) mit der Suche nach passenden Aufgaben verbringen. Das heißt 25 Prozent der aufgebrachten Arbeitszeit, sind unbezahlte Arbeit.[192]

Der Durchschnittverdienst der befragten Crowd Worker lag zwischen 3,1 und 5,5 US-Dollar pro Stunde. (USA-AMT 5,5 US-Dollar durchschnittlich, Indien-AMT 3,17 US-Dollar durchschnittlich).

Außerdem beklagen die Crowd Worker eine unfaire Behandlung durch die Crowdsourcer, die Ablehnung ihrer Arbeiten und ihrer Bezahlung. Die Plattformen fühlen sich nicht zuständig für die Belange der Crowd Worker und nähmen keine vermittelnde Position zwischen Crowd Workern und Crowdsourcern ein.[193]

Schließlich war die fehlende finanzielle und soziale Sicherheit ein wesentlicher Beschwerdegegenstand. In diesem Bereich waren die Beschwerden stärker je abhängiger die Befragten von Crowd Work als einziger Einnahmequelle waren. 80 Prozent der Crowd Worker, die Crowd Work nur als Nebeneinkommen zu ihrem Haupteinkommen sahen, waren in

190 ILO 2016, S. 9.
191 ILO 2016, S. 11.
192 ILO 2016, S. 11.
193 ILO 2016, S. 15.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ihrem Erstjob als Arbeitnehmer abgesichert.[194] Bei den anderen für die Crowd Work die Haupteinnahmequelle war, gaben 38 Prozent der US-amerikanischen und 49 Prozent der indischen AMT Crowd Worker an, dass ihre finanzielle Situation unsicher und die soziale Sicherung unzureichend sei.[195]

Die Studie zeigte auf, dass viele Crowd Worker die Flexibilität an Crowd Work schätzen, aber gleichwohl eine vernünftige Bezahlung, Verantwortung der Crowdsourcer und Plattformen sowie finanzielle und soziale Sicherheit vermissen.[196] Ebenso wird eine Informations- und Verhandlungsasymmetrie zugunsten der Crowdsourcer und Plattformen wahrgenommen. Crowd Worker können gar nicht bei den Preisen für Microwork verhandeln und haben keinen Einblick in die Prozesse der Plattform.[197] *Berg* kommt weiterhin zu einer interessanten Folgerung; sie mahnt an, dass Crowd Work ein bestimmtes Bild vermitteln wolle: Es sei *nur* zusätzliches Einkommen zum Haupteinkommen, mithin keine richtige Arbeit. Diese Argumentation werde insgesamt für atypische Arbeitsverhältnisse herangezogen. Damit werde jede Diskussion darüber im Zaum gehalten, weil es ja *nur* um Taschengeld von Teenagern gehe.[198] Aber gerade die ermittelten sozioökonomischen Faktoren zeigen, es sind keine Teenager und es geht bei 37 Prozent der Befragten um ihre Haupteinnahmequelle. Nur 15 Prozent der Befragten Crowd Worker machen das aus Langeweile.

Die Herausforderung von Crowd Work sieht *Berg* insbesondere in einer Reorganisation von Crowd Work zugunsten der Crowd Worker selbst, aber letztlich auch zu Gunsten der Arbeitgeber.[199] Dazu gehöre zunächst ein Abbau der Informationsasymmetrie durch bessere Kommunikationsmöglichkeiten. Bei allen Beteiligten entstünden Missverständnisse, die in eine mindere Qualität der Arbeit münden, weil sie nicht ausreichend miteinander kommunizieren könnten. Eine verbesserte Kommunikationsstruktur könne positive Folgen auf die Bezahlung haben, weil Crowd Worker ihre Arbeit gleich so zuverlässig machen könnten, dass umfangreiche Qualitätsprüfungen bei den Crowdsourcern, die wieder Zeit und Geld kosteten, unterbleiben könnten.

194 ILO 2016, S. 16.
195 ILO 2016, S. 16.
196 ILO 2016, S. 17.
197 ILO 2016, S. 18.
198 ILO 2016, S. 18.
199 ILO 2016, S. 21.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

All das würde zwar auch die Wahrscheinlichkeit einer Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehung wachsen lassen, aber es würde insgesamt die Qualität der Arbeit auf beiden Seiten erhöhen.[200]

c) *Berg et. al.*, Digital Labour Platforms and the Future of Work, ILO September 2018[201]

Die ILO wiederholte unter der Federführung von *Berg,* die Untersuchung von Erwerbsarbeit auf Microtask Plattformen im Jahr 2017. Die Studie erschien im Herbst 2018 unter dem Titel „*Digital Labour Platforms and the Future of Work*" und vertiefte nochmals die Erkenntnisse zu den Arbeitsbedingungen auf Plattformen. In der Studie wurden 3.500 Crowd Worker aus 75 Ländern befragt. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie sind Folgende:

Das Durchschnittsalter der Crowd Worker lag bei 33,2 Jahren, die Crowd Worker sind durchweg gut ausgebildet und 57 Prozent der Befragten gingen Crowd Work bereits seit einem Jahr, 29 Prozent sogar schon seit mehr als drei Jahren, nach.[202] Die Gründe für Crowd Work waren ähnliche wie in den bisherigen Studien: 32 Prozent sahen es als Nebenverdienst zur Hauptbeschäftigung, 22 Prozent möchten von zu Hause aus arbeiten können; immerhin stellte in dieser Studie Crowd Work für 32 Prozent der Befragten die Haupteinnahmequelle dar.[203] Interessant waren die Verdienste, Zweidrittel der befragten Crowd Worker aus den USA, die für die Plattform AMT arbeiteten, gaben an, weniger als den gesetzlichen Mindestlohn von 7,25 Dollar zu verdienen; nur 7 Prozent der deutschen Crowd Worker, die auf der deutschen Plattform clickworker arbeiteten, gaben an, mehr als den (damaligen) Mindestlohn von 8,84 EUR zu verdienen.[204] Die zusammenfassende Schlussfolgerung aus der Studie war, dass die Arbeit auf Plattformen meist geringer ist, als der jeweils gesetzliche Mindestlohn; darüber hinaus müssen Crowd Worker unsichere Auftragsla-

200 ILO 2016, S. 22, 25.
201 *Berg/Furrer/Harmon/Rani/Silberman*, Digital Labour Platforms and the Future of Work, ILO 2018, verfügbar unter: www.ilo.org (Suche: Titel der Studie), abgerufen am 07.06.2020; zitiert als: ILO 2018.
202 ILO 2018, S. XVI.
203 ILO 2018, S. XVI f.
204 ILO 2018, S. XVI.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gen selbst abfangen können, weil sie nicht in ein Angestelltenverhältnis integriert sind.[205]

3. Wer sind die Crowd Worker, was sind ihre Motive und Arbeitsbedingungen?

Mittlerweile sind auch im deutschsprachigen Raum mehrere Studien erschienen, die sich mit der sozio-ökonomische Situation der Arbeitenden auf Plattformen und den dortigen Arbeitsbedingungen befassen. Die erste Studie im April 2015 lieferten hier *Bertschek/Ohnemus/Viete* vom Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des BMAS.[206] Darauf folgte eine im Dezember 2015 von *Al-Ani/Stumpp* im Auftrag des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft (HIIG) mit Unterstützung von ver.di durchgeführte Studie.[207] Im Juli 2016 legten *Leimeister/Durward/Zogaj* von der Universität Kassel eine Studie im Auftrag Hans Böckler Stiftung (HBS) zu Crowd Workern in Deutschland vor; es war zugleich, die zu diesem Zeitpunkt mit 434 Befragten umfangreichste Befragung.[208] Im Jahr 2017 werteten Pongratz und Bormann im Rahmen des Verbundprojektes „*Cloud und Crowd*" eine Online-Befragung von ver.di-Mitgliedern aus, die als Crowd Worker einen Teil ihres Lebensunterhaltes bestritten.[209] Im Jahr 2019 veröffentlichte die Bertelsmann Stiftung noch eine Studie zur Plattformarbeit.[210]

---

205 ILO 2018, S. XVIII.

206 *Bertschek/Ohnemus/Viete*, Befragung vom sozioökonomischen Hintergrund und den Motiven von Crowdworkern, ZEW BMAS Forschungsbericht Nr. 462, Februar 2016.

207 *Al-Ani/Stumpp*, Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern, HIIG Discussion Paper 2015–05, Dez. 2015. Zitiert als: HIIG Discussion Paper 2015–05.

208 *Leimeister/Durward/Zogaj*, Crowd Worker in Deutschland, HBS Study Nr. 323, Juli 2016.

209 *Pongratz/Bormann*, Online-Arbeit auf Internet-Plattformen. Empirische Befunde zum „Crowdworking" in Deutschland, AIS 2017, S. 158–181.

210 *Hoffmann et. al.*, Plattformarbeit in Deutschland, Bertelsmann Stiftung Mai 2019, verfügbar unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/plattformarbeit-in-deutschland/, abgerufen am 20.09.2019.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

a) Wer sind die Crowd Worker in Deutschland?

aa) *Al-Ani/Stumpp,* HIIG, ver.di, Dezember 2015

Die Studie von *Al-Ani und Stumpp* war zeitlich betrachtet die erste Studie, die einen Blick auf die Crowd warf. Sie führten eine quantitative Onlinebefragung auf zwei Plattformen durch; einer IT-Plattform, die nicht näher benannt wurde und auf Jovoto, einer international ausgerichteten Innovationsplattform mit Sitz in Berlin. Dabei wurden insgesamt 165 Teilnehmer/innen befragt, wobei 93 auf die IT-Plattform entfielen und 72 auf Jovoto.

Eine der Kernaussagen der Studie ist, dass die meisten Crowd Worker männlich, jung und gut ausgebildet sind und das unabhängig von der Plattform.[211] Folgende Punkte konnten in der Studie ausgemacht werden:[212]

45 Prozent der Plattformarbeiter/innen bei der IT-Plattform waren anderweitig hauptberuflich fest angestellt; bei Jovoto ca. bei 35 Prozent.

Bei der IT-Crowd lässt sich insgesamt feststellen, dass über 60 Prozent über ein höheres Einkommen verfügen. Das Haushaltsnettoeinkommen wurde hier nicht danach unterschieden, was aus Crowd Work und was aus sonstiger Erwerbsarbeit generiert wird.

bb) *Bertschek/Ohnemus/Viete,* ZEW Februar 2016[213]

In dieser Umfrage wurden insgesamt 408 Crowd Worker aus zwei Plattformen für Microtasks befragt. Die Befragung ist mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt worden, der entlohnt wurde. Eine Plattform war eine stationäre Crowd Work Plattform, die andere eine mobile Crowd Work Plattform, die mittels Apps von unterwegs bedient werden kann. Diese Unterscheidung ist bisher nur in dieser Studie berücksichtigt worden. Im Kern kam es hier zu ähnlichen Aussagen wie bei *Al-Ani/ Stumpp*. Die befragten Crowd Worker waren überwiegend jung, gut ausgebildet und männlich.

---

211 HIIG Discussion Paper 2015–05, S. 18 ff.

212 HIIG Discussion Paper 2015–05, S. 18.

213 *Bertschek/Ohnemus/Viete*, Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und den Motiven von Crowdworkern, ZEW Forschungsbericht Nr. 462 des BMAS, 2016.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Rund 39 Prozent der Befragten gingen einer abhängigen Beschäftigung nach; etwa 31 Prozent befanden sich in der Ausbildung (Studium oder betriebliche Ausbildung).

Mit 8 Prozent war der Anteil der Selbstständigen nur geringfügig höher als der Anteil der Arbeitssuchenden mit etwa 7 Prozent.

Insgesamt gaben rund 60 Prozent der Crowd Worker, die sich in keiner abhängigen Beschäftigung befanden an, dass sie bereit wären, bei Möglichkeit in eine sozialversicherungspflichtige Anstellung zu wechseln.

Etwa 78 Prozent der Befragten gaben an, monatlich weniger als 1.500,00 EUR netto zu verdienen. Die restlichen 22 Prozent gaben an, ein höheres Einkommen als 1.500,00 EUR zu haben. Wie bereits bei *Al-Ani* und *Stumpp* ist bei der Einkommensermittlung nicht bekannt, wieviel davon mit Crowd Work verdient wird.

Die Arbeitszeiten auf Crowd Work Plattformen sind nicht von den übrigen Arbeitszeiten getrennt worden, so dass keine Aussage darüber getroffen werden kann, wie viel Crowd Worker auf Plattformen arbeiten.

cc) *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016

In dieser Studie wurden 434 Crowd Worker auf vier grundlegenden Arten von Crowd Work Plattformen (Microtask, Marktplatz, Design und Testing) befragt.[214] Auch hier wurde die Befragung auf den Plattformen selbst durchgeführt. Es wurden nur in Deutschland lebende Crowd Worker in die Analyse einbezogen. Die Ergebnisse zeigen Folgendes:

Crowd Worker sind oft auf zwei Crowd Work Plattformen parallel aktiv.[215] Sie verfügen über eine gute bis sehr gute schulische Ausbildung. Die Verteilung der Geschlechter ist über die Plattformen hinweg ausgeglichen.

Auf den Plattformen waren nach dieser Erhebung nur 38 Prozent Freiberufler und Selbstständige aktiv. Hier hätte man eine höhere Zahl erwartet, weil die Auftragsarbeit gerade bei dieser Personengruppe ein charakteristisches Merkmal ist.[216]

In dieser Studie wurde nach dem monatlichen Einkommen aus der Arbeit in der Crowd gefragt.[217] Das Gesamtergebnis war, dass monat-

214 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 9 ff.
215 Diese Zahl wird für die spätere Einschätzung nach einer evtl. wirtschaftlichen Abhängigkeit wichtig.
216 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 9 ff.
217 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 43 f.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

lich durchschnittlich 543,00 EUR aus Crowd Work verdient werden, wobei der Unterschied zwischen den Clustern signifikant ist. So verdienen Crowd Worker beim Microtasking im Mittelwert 144,00 EUR und in Maximum 1.500,00 EUR. Auf Marktplätzen werden im Mittelwert 663,00 EUR und höchstens 10.000,00 EUR verdient. Das Cluster Design bringt im Mittelwert monatlich 662,00 EUR und maximal 3.500,00 EUR. Im Testing Bereich verdienen Crowd Worker im Mittelwert 411,00 EUR und maximal 9.500,00 EUR. Die hohen Maximalwerte bei Marktplätzen, Design und Testing rühren daher, dass es bei diesen Plattformen einige „Superstars" gibt, die mit ihrer Arbeit sehr viel verdienen können. Die unten angeführte Tabelle zeigt, wie die Verdienste innerhalb der Einkommensgruppen sind.

Monatliches Einkommen aus der Arbeit in der Crowd

Cluster	Häufigkeit	Minimum	Maximum	Median	Mittelwert	„Standardabweichung"
gesamt	**247**	**0 €**	**10.000 €**	**200 €**	**543 €**	**1.087,21**
Microtask	36	0 €	1.500 €	87 €	144 €	258,28
Marktplatz	136	0 €	10.000 €	300 €	663 €	1.116,21
Design	32	0 €	3.500 €	400 €	662 €	847,16
Testing	43	0 €	9.500 €	50 €	411 €	1.456,60

Abbildung 6: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 9 ff.

Es wurde auch der Anteil dieses Einkommens am Gesamthaushaltseinkommen erhoben.[218] Die Arbeit auf Microtask Plattformen hat durchschnittlich rund 19 Prozent Anteil am Gesamthaushaltseinkommen. Auf Markplätzen durchschnittlich 37 Prozent, im Bereich Design 39 Prozent und im Testing 26 Prozent. Mit 79 Prozent sieht die überwiegende Mehrheit Crowd Work als Nebentätigkeit an, während 21 Prozent darin ihre Haupttätigkeit sehen.[219]

218 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 47 ff.
219 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 48.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

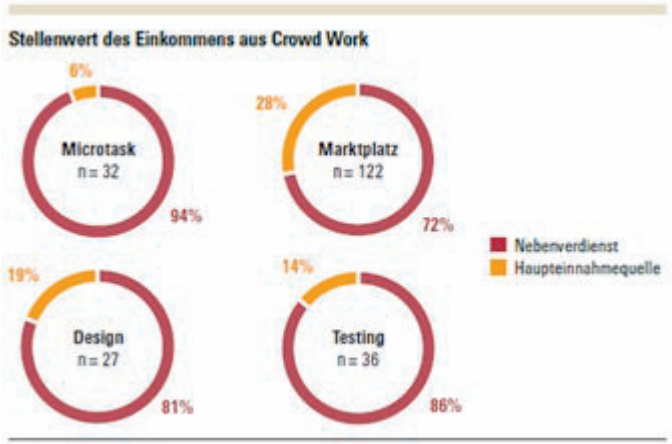


Abbildung 7: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 9 ff.

Die Frage nach der Wechselbereitschaft in eine Festanstellung mit ähnlichen Tätigkeiten und tariflicher Bezahlung ist bei den Clustern Microtask, Design und Testing höher als bei Marktplatz-Plattformen. Wobei man auch innerhalb der befürwortenden Cluster sagen muss, dass die Bereitschaft nicht auffallend hoch ist: bei Microtask würden 56 Prozent, bei Design 53 Prozent und bei Testing 58 Prozent wechseln.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

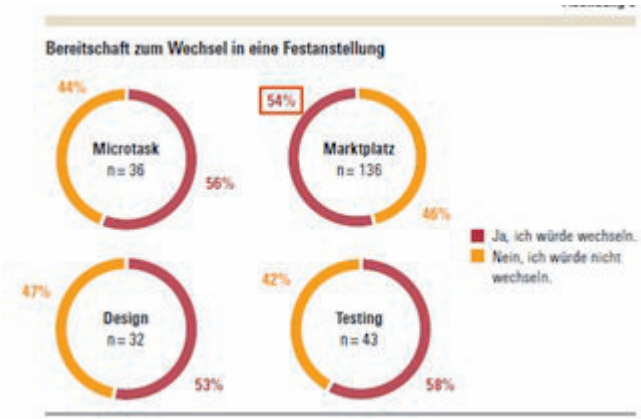


Abbildung 8: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 9 ff.

Interessant sind noch die unterschiedlichen Arbeitszeiten. Der Durchschnitt über die Cluster hinweg lag bei 13,7 h wöchentlich. Das mutet zunächst nicht allzu viel an, jedoch sind die Unterschiede zwischen den Clustern sehr hoch.

Bei Microtasks lag die wöchentliche Arbeitszeit durchschnittlich bei 7,4 h und maximal bei 25 h, bei Design bei durchschnittlich 14,03 h und maximal bei 40 h, im Testing Bereich waren es durchschnittlich 8,11 h und maximal 45 h und schließlich bei Marktplatz Plattformen bei 17,04 h durchschnittlich und maximal 80 h.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Wöchentliche Arbeitszeit der „hauptberuflichen" Crowd Worker

Cluster	Häufigkeit	Minimum	Maximum	Median	Mittelwert	Standardabweichung
gesamt	**47**	**3 h**	**80 h**	**25 h**	**29,49 h**	**16,98**
Microtask	2	14 h	20 h	17 h	17,00 h	4,24
Marktplatz	35	4 h	80 h	25 h	31,57 h	17,71
Design	5	15 h	40 h	30 h	29,80 h	10,73
Testing	5	3 h	45 h	20 h	19,60 h	17,05

Wöchentliche Arbeitszeit der Crowd Worker

Cluster	Häufigkeit	Minimum	Maximum	Median	Mittelwert	Standardabweichung
gesamt	**248**	**0 h**	**80 h**	**10 h**	**13,70 h**	**13,39**
Microtask	36	1 h	25 h	5,5 h	7,39 h	6,03
Marktplatz	137	0 h	80 h	10 h	17,04 h	14,92
Design	32	0 h	40 h	13 h	14,03 h	11,84
Testing	43	0 h	45 h	4 h	8,11 h	9,91

Abbildung 9: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 9 ff.

dd) *Hoffmann et. al*, Bertelsmann Studie, Plattformarbeit in Deutschland, Mai 2019[220]

In dieser Studie wurden 710 Plattformarbeiter/innen (437 Cloudworker und 375 Gigworker) erreicht, die in einer ca. 15-minütigen Befragung, Auskunft über sich selbst und die Arbeitsbedingungen gaben. Im Folgenden wird aufgeführt, was daraus hervorging:

Beim Zeitaufwand der Plattformarbeiter pro Woche zeigt sich, dass Cloudworker mit durchschnittlich 7,5 Stunden fast drei Stunden pro Woche mehr Zeit für diese Art von Arbeit aufwenden als Gigworker (4,6 Stunden).

Dabei zeigt sich, dass 99 Prozent aller Plattformarbeiter diese Arbeit nebenher machen, hauptberuflich also einer anderen Tätigkeit nachge-

220 *Hoffmann et. al.*, Plattformarbeit in Deutschland, Bertelsmann Stiftung, Mai 2019, verfügbar unter: www.plattformarbeit.de abgerufen am 24.09.2019. Im Folgenden zitiert als: Bertelsmann Stiftung 2019.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

hen. 53 Prozent gehen sonst einer Angestelltentätigkeit nach, neun Prozent sind Rentner/Pensionäre, acht Prozent Arbeiter und sieben Prozent Studenten. Plattformarbeiter sind überdurchschnittlich gut gebildet – sieben von zehn haben Abitur und rund die Hälfte hat einen Hochschulabschluss; bei Cloudworkern sind die Quoten sogar noch höher (73 Prozent Abitur, 57 Prozent Hochschulabschluss). Im Vergleich dazu hat nur etwa ein Fünftel (18 Prozent) der Bevölkerung einen Hochschulabschluss. Unter den Plattformarbeitern finden sich auch mit knapp einem Viertel deutlich mehr Großstädter als in der Gesamtbevölkerung (15 Prozent), dafür weniger Landbewohner (31 anstatt 43 Prozent). Gigwork ist im Vergleich zu Cloudwork in den Großstädten etwas mehr verbreitet, während Cloudwork etwas häufiger in Kleinstädten vorkommt.

Generell sind Plattformarbeiter gegenüber der Digitalisierung der Arbeit deutlich offener eingestellt als der Durchschnitt der Berufstätigen (67 Prozent gegenüber 38 Prozent sehen Chancen) und stärker an den neuesten Trends interessiert (68 Prozent gegenüber 34 Prozent).

Besonders auffällig ist dies bei der Einschätzung mobiler Arbeit zum Zwecke der Zeitersparnis und Effizienzsteigerung: 64 Prozent der Plattformarbeiter sehen diesen Zusammenhang, aber nur 24 Prozent aller Beschäftigten. Der Plattformarbeiter in Deutschland ist eher überdurchschnittlich qualifiziert und finanziell bessergestellt. So liegt der Anteil der Plattformarbeiter mit einem monatlichen persönlichen Nettoeinkommen über 3.000 Euro bei 31 Prozent und damit mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung. Zugleich muss aber jeder vierte Plattformarbeiter mit weniger als 1.500 Euro pro Monat auskommen. 56 Prozent der Plattformarbeiter erzielen monatlich bis zu 400 Euro Einkommen mithilfe der Plattformen und wenden dafür durchschnittlich sechs Stunden pro Woche auf.[221]

221 Bertelsmann Stiftung 2019, S. 6.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

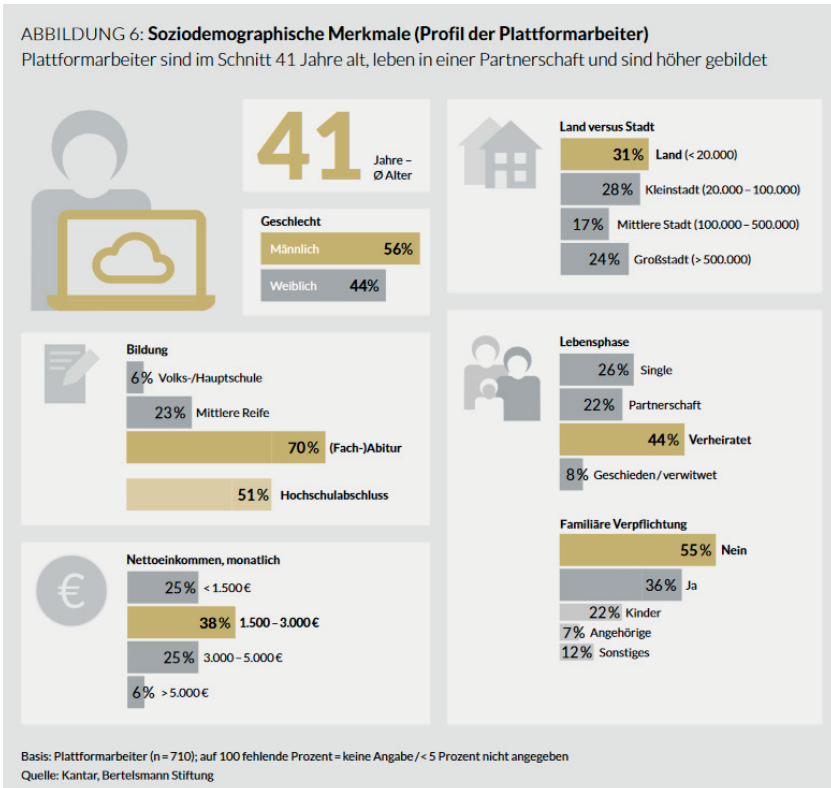


Abbildung 10: Bertelsmann Stiftung, Plattformarbeit, S. 16.

b) Motive und Arbeitsbedingungen der Crowd Worker

aa) *Al-Ani/Stumpp,* HIIG Dezember 2015

Al-Ani und Stumpp kommen zu dem Ergebnis, dass plattformübergreifend die gleichen Motive genannt wurden. An erster Stelle war „Spaß", also ein intrinsisches Motiv. Diesem folgten die Möglichkeit des „Zuverdienstes" und schließlich das „Erlernen neuer Fähigkeiten." Al-Ani und Stumpp erklären dies damit, dass die Arbeit auf den Plattformen nicht der alleinige Verdienst sei und ohnehin nur für wenige als Lebensgrundlage tauge.[222]

222 HIIG Discussion Paper 2015–05, S. 20 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bb) *Bertschek/Ohnemus/Viete,* ZEW Februar 2016

Die wichtigsten Motive, die in dieser Studie ermittelt worden sind, sind die Flexibilität bezüglich Arbeitsort und -zeit, sowie die Arbeitsinhalte. Die Wenigsten waren auf das Geld wirklich angewiesen. Allerdings merkten rund 26 Prozent der Befragten an, dass sie unzufrieden mit den Planbarkeit des Einkommens seien. Nur 7 Prozent der Befragten gaben an mit der Arbeit insgesamt unzufrieden zu sein.[223] Insgesamt empfanden die Crowd Worker ihre Behandlung durch die Auftraggeber/innen als fair, allerdings fühlten sich auch viele überqualifiziert für die Arbeit in der Crowd. Entsprechend empfanden sie die Entlohnung im Verhältnis zu den eigenen Fähigkeiten als nicht angemessen.

cc) *Leimeister/Durward/Zogaj,* HBS Study Nr. 323, Juli 2016

In dieser Studie ging es darum, zu erfassen, ob und wie klassische Arbeitskontexte auf Crowd Work übertragen werden (Verhältnis zum Arbeitgeber, Unterstützung von Kolleg/innen und Vorgesetzten oder Zufriedenheit mit der Bezahlung, Arbeitsklima).[224] Dabei wurden auch kontextspezifische Facetten wie Qualifizierungs-, Reputations- oder Betreuungsmaßnahmen für die jeweiligen Plattformtypen eruiert. Insgesamt lässt sich hier sagen, die Arbeit in der Crowd wird als weniger schlimm empfunden als es teilweise medial dargestellt wurde. Das Verhältnis zur Plattform wurde hinsichtlich Vorgaben, Bezahlung und Bewertung untersucht. Die Erhebung wurde mittels einer fünfstufigen Skala durchgeführt.

Dabei stellte 5 die beste und 1 die schlechteste Bewertung dar. Die Mittelwerte liegen über alle Cluster hinweg oberhalb von 3; dies zeigt, dass die Crowd Worker plattformübergreifend die Vorgaben, Bezahlung und Bewertung als angemessen betrachten.[225] Auf Microtask Plattformen schnitten die Auftraggeber am schlechtesten ab, während sie auf Testing Plattformen am besten abschnitten.

Ein Aspekt war dabei von hoher Wichtigkeit, die Bewertung durch die Auftraggeber. Die Bewertungs- und Reputationsfaktoren sind für den

223 Angaben insgesamt: *Bertschek/Ohnemus/Viete*, ZEW für das BMAS Forschungsbericht Nr. 463, S. 10.

224 *Leimeister/Durward/Zogaj,* HBS Study Nr. 323, 2016, S. 61 ff und alles weitere bis zur nächsten Fn.

225 *Leimeister/Durward/Zogaj,* HBS Study Nr. 323, 2016, S. 62.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Rang des Crowd Workers und auch für Folgejobs sehr wichtig. Ein hoher Rang zeugt von qualitativ hochwertiger Arbeit und macht den Crowd Worker für Auftraggeber attraktiv.

Zu diesem Reputationsmechanismus gehört auch die Profilpflege des Crowd Workers, also wie er/sie sich selbst auf der Plattform präsentiert. Deshalb bildeten *Leimeister et. al*. spezifische Reputationsfaktoren ab. Dazu gehörte der Einfluss des Rangs auf den Erfolg, das Ansehen durch positive Bewertungen und die Profilpflege für eine erfolgreiche Auftragssuche.

Clusterspezifische Bewertung der Reputationsfaktoren

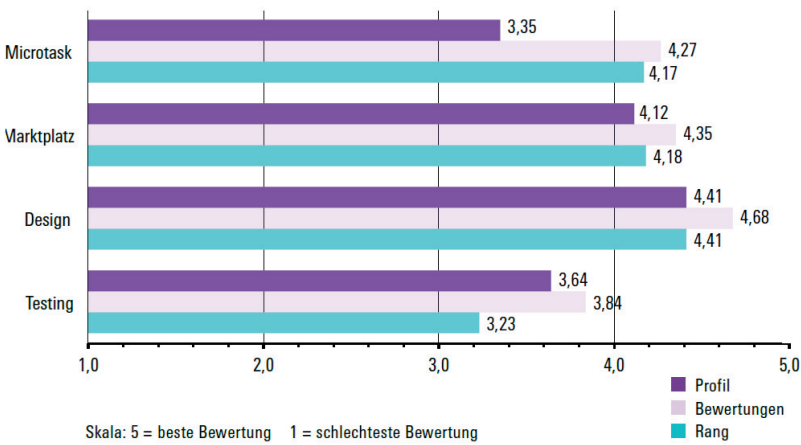


Abbildung 11: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 62 f.

Weitere Faktoren, die für Crowd Worker bei ihrer Arbeit eine Rolle spielen, sind die Unterstützung und Betreuung durch die Plattformen. Diese sind oft erste Ansprechpartnerin, da ein direkter Kontakt zu den Crowdsourcern nicht besteht.

Bei dieser Frage bewerteten sie Bemühungen um das Wohlergehen, das Ausmaß der Betreuung, Hilfe bei Problemen, Qualifizierungsmöglichkeiten, Entwicklung von Wissen und Fähigkeiten sowie die Angemessenheit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.[226]

226 *Leimeister/Durward/Zogaj,* HBS Study Nr. 323, S. 64 f.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

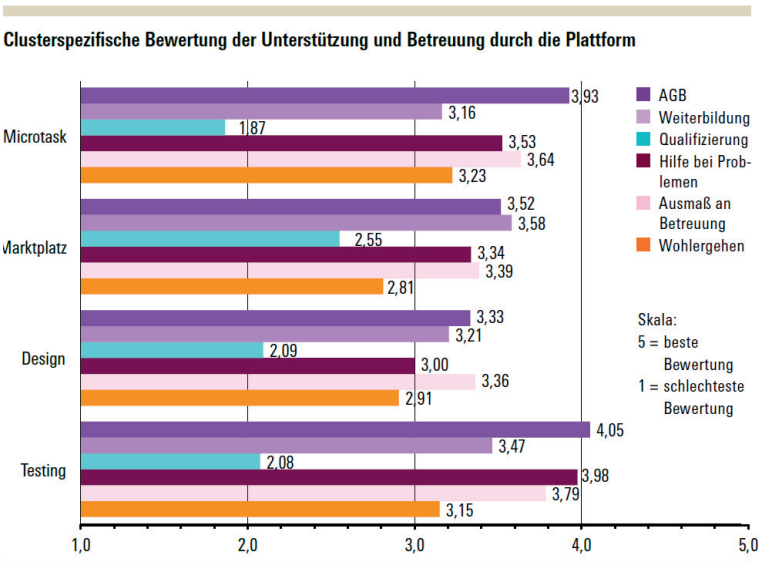


Abbildung 12: Leimeister/Durward/Zogaj, HBS Study Nr. 323, S. 65.

Insgesamt fällt auf, dass die Qualifizierungsmöglichkeiten über die Clustergrenzen hinweg am schlechtesten beurteilt werden. Die AGB schneiden dem Empfinden der Crowd Worker nach nicht so schlecht ab, wie man es erwarten würde, angesichts der Übermacht, die ihnen zugeschrieben wird.[227] Das kann zum einen daran liegen, dass sie tatsächlich nicht zu beanstanden sind oder die Crowd Worker sie nicht detailliert zur Kenntnis nehmen müssen oder wollen. Gerade innerhalb der AGB gewinnen noch zwei weitere Faktoren an Bedeutung: Überwachung und Kontrolle. Die Meinungen der Befragten sind hier unterschiedlich. Je nach Plattform werden die Formen der Kontrolle als transparent oder intransparent angesehen.[228] Die Arten der Kontrolle sind seitens der Plattformbetreiben unterschiedlich: Es können Arbeitsreports der Crowd Worker verlangt werden, automatische Screenshots durch die Plattform veranlasst werden oder gar die ständige komplette Aufnahme des Bildschirmes. Jedoch muss man auch sagen, dass all diese Kontrollmechanismen nicht immer auch durchgeführt werden; es kommt darauf an, wie eine Aufgabe ausgestaltet

227 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 66 f.
228 *Leimeister/Durward/Zogaj*, HBS Study Nr. 323, 2016, S. 69 f.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ist. Bei stündlicher Abrechnung sind die Kontrollen strenger als bei Fixpreisen.[229]

Viele Crowd Worker geben aber an, diese Jobs gar nicht auszuführen, so dass sie gar nicht dieser Kontrolle unterliegen. Der Umfrage zufolge empfindet die Mehrheit der Crowd Worker die einzelnen Kontroll- und Überwachungsmechanismen als transparent, fair und nützlich. Allerdings wurde auch festgestellt, dass nicht alle Crowd Worker über alle Methoden der Kontrolle und Überwachung Bescheid wissen. Gründe dafür waren: Die Intransparenz seitens Plattformen oder die mangelnde Kenntnisnahme der AGB durch Crowd Worker.

dd) *Pongratz/Bormann*, Online-Arbeit auf Internet-Plattformen, Ver.di und ISF, 2017

Aus dem Verbundprojekt „Cloud und Crowd" von Ver.di und dem Institut für Sozialforschung in München (ISF) stammen die folgenden Einschätzungen zu Crowd Work in Deutschland.[230] Hierzu bezogen sie in einer eigenen Online-Umfrage die Ergebnisse von ver.di-Mitgliedern mit ein, die im Haupt-oder Nebenberuf selbstständig sind. Bei einer Gesamtzahl von etwa 30.000 selbstständigen ver.di-Mitgliedern haben sich 834 Personen beteiligt, von denen gut die Hälfte im Hauptberuf (über 50 Prozent des Einkommens) selbstständig ist. In die Befragung sind letztlich 45 Personen einbezogen worden, da sie auf eindeutig identifizierbaren Plattformen für Online-Arbeit ihrer Tätigkeit nachgingen. Die Untersuchungsgruppe verteilt sich auf die vier Plattform-Typen, Microtask (13 Befragte), Testing (6 Befragte), Textarbeit (13 Befragte) und Freelancer-Aufgaben (13 Befragte).

Die Studie fasst ebenfalls die vorangegangenen drei Studien mit ihren Hauptergebnissen zusammen. Ergänzend fragten sie in ihrer Erhebung nach positiven und negativen Erfahrungen mit Online-Arbeit, um so die Arbeitsbedingungen besser zu erfassen.[231]

---

229 *Leimeister/Durward/Zogaj,* HBS Study Nr. 323, 2016, S. 70.

230 *Pongratz/Bormann*, Online-Arbeit auf Internet-Plattformen. Empirische Befunde zum „Crowdworking" in Deutschland, AIS 2017, S. 158–181.

231 *Pongratz/Bormann*, AIS 2017, S. 158–181 (168) und alles Weitere bis zur nächsten Fn.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Zu den positiven Erfahrungen zählten:
- Möglichkeit einfach zu erzielenden Zuverdienstes (26 von 45),
- Bezahlung „transparent", „zuverlässig" und „schnell"; „keine Akquise nötig",
- „leicht an Projekte von bisher nicht bekannten Auftraggebern kommen",
- „nach Gewinnen gab es öfter eine dauerhafte Zusammenarbeit" und
- 17 Personen gaben ihre Arbeitszufriedenheit als „mittel" an, 8 Befragten gaben sie mit „hoch" an und bei niemandem ist sie „sehr hoch".

Zu den negativen Erfahrungen gab es mehr und aussagekräftigere Aussagen:
- Unzureichende Entlohnung, „sehr schlechte Bezahlung" (24 Befragte), „extrem unfair", „unterirdisch" oder „grottig umgerechneter Stundenlohn",
- bei den Freelancer-Plattformen fand sich die Formulierung „Das Ganze ist eine einzige Preisdumping-Maschinerie",
- unbezahlte Nacharbeiten,
- Aufwand für erfolglose Bewerbungen um Aufträge,
- negative Erfahrungen mit der Plattform, z.B. „die Qualitätssicherungen sind zu kompliziert und zu widersprüchlich", „keine klaren Regelungen, die die Leistungsersteller schützen",
- „schlecht aufbereitet", „schwierige Absprachen", „kein Austausch", „wenig konkretes Briefing" und
- 19 Befragte gaben eine „niedrige" oder „Sehr niedrige Zufriedenheit" mit der Arbeit an.

ee) *Hoffmann et. al.*, Plattformarbeit in Deutschland, Bertelsmann Studie, Mai 2019[232]

Ziel der Befragung war es, Annahmen und Aussagen aus vorangegangenen Studien sowie aus Expertenmeinungen zu überprüfen und mit der individuellen Sicht der auf Plattformen hybrid tätigen Menschen abzugleichen und sie nach den wahrgenommenen bzw. erlebten Vor- und Nachteilen der Plattformarbeit zu befragen. Persönliche Motive, Hintergründe und deren Zufriedenheit mit der gewählten Form des Arbeitens wurden erho-

232 Bertelsmann Stiftung 2019, S. 18 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ben, aber auch das hierüber erzielte Einkommen und die persönlichen Lebensumstände.

Rund vier von fünf Cloud- und Gigworkern sehen flexible Arbeitszeiten als Bestandteil einer modernen Arbeitsumgebung – auch bei Berufstätigen insgesamt ist dieser Anteil mit 72 Prozent sehr hoch.

Nachteile und Risiken der Plattformarbeit aus Sicht der Plattformarbeiter sind:

- Die fehlende soziale Absicherung,
- zusätzlicher (häufig nicht bezahlter) Arbeitsaufwand,
- der Konkurrenzkampf durch die Vielzahl an Plattformarbeitern und
- die ständige Verfügbarkeit bzw. die Tatsache, dass es keine festen Arbeitszeiten gibt. Allerdings werden alle Nachteile im Schnitt auf den Plätzen 4 und 5 von 8 eingeordnet – es gibt demnach nicht einen einzigen Nachteil, sondern alle sind ähnlich relevant.

4. Zusammenfassung der Ergebnisse für Crowd Worker aus den verschiedenen Studien

Die Möglichkeiten für Menschen mittels Crowd Work Geld zu verdienen sind so vielschichtig und in ihrer Entlohnung unterschiedlich, dass auch die entsprechenden Arbeitsbedingungen höchst unterschiedlich sind.[233]

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, ist Crowd Work in den deutschsprachigen Medien so rezipiert worden, dass davon vor allem neue Prekaisierungstendenzen zu befürchten seien und die Crowd gegen ausbeuterische Konglomerate geschützt werden müsse.[234] Diesen Annahmen sind Berichte aus dem englischsprachigen Raum vorausgegangen, die Plattformen wie AMT oder Crowd Flower vorwarfen, ihre Crowd Worker auszunutzen und ohne soziale Absicherung Tage und Nächte vor ihren Computern „schuften" zu lassen.[235] Diese Befürchtungen sind ernstzunehmen. Gleichwohl ist es notwendig auch die Vorteile herauszuarbeiten.

---

233 *Klebe*, Faire Arbeit im Netz, AuR 2016, S. 277–281 (278).

234 Z.B. *Blöhm*, Digitale Tagelöhner, AiB 11/2014, S. 39–42; *Schmidt/Strube*, Süddeutsche Zeitung, Digitale Tagelöhner, 13.03.2015; *Lobo*, Spiegel Online, Auf dem Weg in die Dumping Hölle, 03.09.2014, https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html, abgerufen am 11.05.2020.

235 Beispielhaft: http://www.alternet.org/labor/dystopian-digital-sweatshop-makes-internet-run; https://today.law.harvard.edu/zittrain-in-newsweek-work-the

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Die oben aufgezeigten Studien haben eine Menge Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede sichtbar gemacht. Insgesamt treffen es die ILO Studien sehr gut, wenn dort festgestellt wird, dass Crowd Work viele Ähnlichkeiten mit anderen Arten von atypischen Beschäftigungsverhältnissen wie Leiharbeit, befristete und Teilzeitarbeit aufweist. Beispielsweise die insgesamt unsichere Arbeitssituation und das Image, dass es sich „nur" um Hinzuverdienst handle, also keine „richtige" Arbeit, die arbeitsrechtlicher Regulierung unterworfen sein sollte.[236] Gleichzeitig begegnet Crowd Work einzigartigen Herausforderungen, die darin zu sehen sind, dass es sich um komplett digitale Arbeit handelt, die über Landes- und Zeitgrenzen hinweg, erbracht werden kann. Plattformen schaffen skalierbare, effiziente Märkte, die mit geringen Transaktionskosten und zu selbstständig erklärten Arbeitskräften, das Zusammenkommen von Angebot und Nachfrage enorm erleichtern.[237] Das ist eine Gemeinsamkeit, die unabhängig von ihrer geographischen Verortung allen Studien zugrunde liegt, weil sie das Wesen von Crowd Work darstellt. Um Crowd Work nachzugehen, braucht es wenig mehr als ein passendes Endgerät und eine stabile Internetverbindung.[238] Insbesondere die internationalen Studien zeigen, dass Crowd Work oft die einzigen Möglichkeiten schafft, Einkommen zu generieren. Wo es schlicht keine Arbeit gibt oder wem es wegen Pflege oder Behinderung nicht möglich ist, den „normalen" Arbeitsmarkt zu begehen, dem bietet Crowd Work überhaupt Verdienstmöglichkeiten.

In Ländern Afrikas und Südostasiens oder Indien zeichnet sich eine höhere Arbeitszufriedenheit ab als in den USA oder Europa. Andererseits sind die Lebenshaltungskosten in den USA und in Europa durchaus andere als in afrikanischen Ländern, Indien oder Südostasien. Anders ausgedrückt: „[Crowd Work] *führt bei … Routinetätigkeiten zu Durchschnittsvergütungen von zwei Euro pro Stunde. Das mag für einen Inder unter seinen Lebensbedingungen akzeptabel sein; in Westeuropa lässt sich damit kein auch nur einigermaßen angemessenes Leben führen.*"[239]

In den deutschen Studien zeichnet sich ab, dass sich in vielerlei Hinsicht die Probleme von Crowd Work noch nicht manifestiert haben, weil noch nicht so viele Menschen Crowd Work nachgehen. Allerdings zeigt gerade

---

-new-digital-sweatshops/; http://www.bbc.com/news/business-11600902, alles abgerufen am 24.03.2020.

236 ILO 2016, S. 1; ILO 2018, S. XVIII.

237 MGI 2016, S. 65.

238 *Däubler* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 243–274 (244).

239 *Däubler* in: Benner (Hrsg.), Crowdwork, S. 243–274 (245).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

auch die McKinsey Studie auf, dass es keine wirklich verlässlichen Zahlen zu Crowd Work gibt.[240] Irgendwie scheint niemand zu wissen, wie viele Menschen tatsächlich auf Plattformen arbeiten.[241] Das mag daran liegen, dass neue Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt zunächst überhaupt wahrgenommen werden müssen, um sich in Statistiken niederzuschlagen. So weisen Arbeitsmarktexperten auf „*mangelhaft*[e] und *inadäquat*[e]" Methoden bei der Befragung hin.[242] Das liege daran, dass die Erhebung der Arbeitsmärkte auf die Selbstauskunft von Arbeitnehmer/innen angewiesen sei, viele aber nicht zugeben wollten, „*dass er zwei oder drei Jobs hat*".[243] Die Daten sind mithin nur so gut, wie die Befragten ihre konkrete Situation auch wahrheitsgemäß angeben. Hinzukommt freilich, dass Daten auch nur so gut sein können, wie die Fragen, die gestellt werden. So fragte der Publizist *Steven Hill* mehrere Arbeitsmarktexperten:[244]

> „*Wie viele deutsche Erwerbtätige verdienen ihr Einkommen über die digitale Plattform Upwork?*"

Werner Eichhorst vom Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA) antwortete unverblümt ehrlich: „*Niemand hat bislang auch nur versucht, das zu erfassen.*"

Sein Institutskollege *Holger Bonin* erklärt weiter: „*Normalerweise sollte so etwas in den Unterlagen der Firmen und Auftragnehmer auftauchen – was allerdings davon abhängt, dass sie es auch aufnehmen.*"

Die deutschen Studien bilden einen ersten Aufschlag, wie sich die Situation für Crowd Worker darstellt. Jedoch gibt sie auch keinen Anhaltspunkt, wie viele Menschen dieser Form von Arbeit nachgehen. In der Studie des HIIG wurden gerade einmal 165, bei ZEW 408 und bei der HBS 434 Teilnehmer/innen, bei der ISF/Ver.di Studie 45 und bei der Bertelsmann Stiftung 708 befragt, wobei davon 434 Menschen Cloudwork und 375 Gigwork nachgingen. Schaut man sich Angaben der Unternehmen an, die angeben, teilweise auf Tausende und Hundertausende Crowd Worker zurückgreifen zu können, so erscheinen die Zahlen aus den Studien ausgesprochen gering. Selbst wenn man davon ausgeht, dass nur etwa 10 Prozent aller angemeldeten Crowd Worker auch aktiv auf

240 MGI 2016, S. 29.
241 *Hill*, Die Start-up Illusion, S. 169.
242 *Hill* zitiert Karin Schulze-Buschoff vom Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Institut (WSI), Die Start-up Illusion, S. 172.
243 *Hill* zitiert Wolfgang Schröder vom Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Die Start-up Illusion, S. 172.
244 Die Passage bezieht sich auf *Hill*, der *Eichhorst* und *Bonin* zitiert, Die Start-up Illusion, S. 173.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

den Plattformen arbeiten, sind die Studien nicht aussagekräftig bezüglich der Größe der deutschen Crowd. Das muss die Studien gleichwohl nicht schmälern, denn inhaltlich geben sie durchaus Auskunft darüber, wie die Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit sind. Hier treten auch wieder Gemeinsamkeiten zwischen den internationalen und deutschen Studien zu Tage.

Es ist auffallend, dass Crowd Worker aller untersuchten Länder, unabhängig von ihren Lebenshaltungskosten und vorhandenen oder nicht vorhandenen Rechten für arbeitende Menschen, ähnliche Vor- und Nachteile ihrer Arbeit als Crowd Worker sehen. Durchweg schätzen alle die Flexibilität von Crowd Work, die darin resultiert, dass man bestimmen kann, wann, wo und ob überhaupt gearbeitet wird. Gleichzeitig sehen sich die Befragten über alle Studien hinweg großen Nachteilen bzgl. des geringen Sozialschutzes, der fehlenden Organisationsmöglichkeiten sowie der Kontrolle durch die Plattformen ausgesetzt. Freilich wurden diese Nachteile unterschiedlich stark bewertet; wo Crowd Work eine Nebeneinnahme war, bildet die Haupteinnahmequelle genügend sozialen Schutz. Dennoch ist interessant, dass es doch einen internationalen Konsens für die Schutzbedürfnisse der Crowd Worker gibt. Dazu gehören, faire Entlohnung, soziale Sicherheit, Organisationsmöglichkeiten, Informationsasymmetrie bzgl. der Plattformstrukturen, starke Rolle der Feedback- und Reputationsfaktoren, fehlende Verhandlungsmacht bei der Vertragsgestaltung und damit einhergehend die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattformen.

IV. Die Plattformökonomie

1. Allgemeines zu Plattformen[245]

Angesicht der Vielzahl und Vielfalt von Plattformen im Internet gibt es keine allgemeine Definition, was eine Online Plattform ist.[246]

245 Wenn von Plattformen die Rede ist, so sind damit stets Online-Plattformen gemeint.

246 Aus ökonomischer Sicht ein Muss ist hier: *Rochet/Tirole*, Platform Competition in Two-Sided Markets, 2003, abrufbar unter: https://www.rchss.sinica.edu.tw/cibs/pdf/RochetTirole3.pdf, abgerufen am 11.09.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Die Monopolkommission beschreibt Plattformen als *„ein[en] Intermediär, der verschiedene Nutzergruppen zusammenbringt, sodass diese wirtschaftlich oder sozial interagieren können"*.[247]

Das Bundeswirtschaftsministerium betont in seinem Grünbuch *„Digitale Plattformen"* zusätzlich zum Austausch die Wichtigkeit von Informationen:

> *„Digitale Plattformen sind internetbasierte Foren für digitale Interaktion und Transaktion. Sie werden daher auch als Intermediäre bezeichnet. Digitalisierte Informationen auf vernetzten Geräten vereinfachen Suchvorgänge und reduzieren Vergleichskosten; Informationen sind immer und überall zugänglich."*[248]

Bei *Parker et. al*. findet sich eine weitere Definition:

> *„Eine Plattform ist ein Geschäftsmodell, das darauf beruht, dass wertschöpfende Interaktionen zwischen externen Anbietern/Erzeugern und Kunden ermöglicht werden. Die Plattform stellt den Teilnehmern eine offene Infrastruktur für diese Interaktion bereit und legt die Rahmenbedingungen und Regeln dafür fest. Der übergreifende Zweck einer Plattform ist es, das Zusammenkommen der User und den Austausch von Waren, Dienstleistungen und „Sozialer Währung" (Engl. „social currency") zu gestatten und dabei für alle Beteiligten die Möglichkeit einer Wertschöpfung zu schaffen.*[249]

Diese Definition unterscheidet sich von den zuvor Dargestellten dadurch, dass sie die Regeln und Rahmenbedingungen, die Plattformen setzen, in die Definition aufnimmt. Dies trifft das Wesen von Plattformen genauer als die beiden ersten Definitionen, denn Plattformen müssen eine Menge Aufwand für die Lenkung des Ökosystems aufbringen, um eine positive Interaktion zwischen den Beteiligten zu ermöglichen.[250] Sie stellen für diesen Austausch von Leistungen notwendige Dienste wie die Webseite, Webshop, Bewertungssysteme, Bezahlsysteme, Kommunikationswege usw. zur Verfügung.[251] Was vielen nicht klar ist, dass sehr viel mehr Unternehmen als Plattformen organisiert sind, als es zunächst den Anschein macht. Zu den Plattformen gehören Suchmaschinen, Vergleichs- und Bewertungsportale, Handelsplattformen, Mediendienste, Online-Spiele, so-

247 BMWi, Grünbuch Digitale Plattformen, 2016, S. 24, abrufbar unter: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/gruenbuch-digitale-plattformen.html, abgerufen am 11.05.2020.
248 BMWi, Grünbuch Digitale Plattformen, 2016, S. 24.
249 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 17.
250 *Parker et. al*., Plattform-Revolution, S. 23.
251 *Schössler*, Plattformökonomie, FES 2018, S. 4.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ziale Netzwerke sowie Kommunikationsdienste.[252] Sehr häufig bieten die Plattformen auch eine Reihe von Werkzeugen, die ihre Nutzer/innen in die Lage versetzen, eigene Produkte, Dienstleistungen und Marktplätze aufzubauen.[253] So läuft die Entwicklung von Apps bei Microsoft oder Apple über Plattformsysteme, wo Entwickler/innen neue Apps programmieren und anbieten können; Google ist nicht nur eine Suchmaschine, es ist eine Plattform für Werbetreibende und Content Provider, um Menschen zu erreichen, die Informationen suchen.[254] Die Geschäftsmodelle von digitalen Plattformen sind somit sehr vielfältig.

Ein Medium wie das Internet ist dazu geeignet, kommerzielle Plattformen zu fördern. Es erlaubt mittels Softwareanwendungen (Apps), die auf dem klassischen PC ebenso funktionieren wie auf mobilen Endgeräten wie Tablets, Smartphones und Laptops, das gesamte Informationsuniversum in Echtzeit abzurufen. Das Internet bietet somit einen Ort in dem Angebot und Nachfrage ohne Barrieren wie Raum und Zeit zusammenkommen können.

2. Plattformökonomie und Marktwirtschaft

Wie sich aus der Einleitung zeigt, zeichnet sich in der öffentlichen Wahrnehmung ein Bild der Erwerbsarbeit auf Plattformen, das vor allem durch schlechte und prekäre Arbeitsbedingungen geprägt ist. Viele Abhandlungen behandeln nicht, wie sich Plattformen in einem größeren ökonomischen Trend verorten und inwiefern dies mit Entwicklungen zusammenhängt, die nicht erst mit dem Aufkommen von Plattformen auftraten.[255]

Dies betrifft aber Dinge, die beachtet werden müssen, möchte man das Ökosystem der Plattform verstehen und entsprechende rechtliche Folgerungen ableiten. Um nicht zu scheinbaren Vergleichbarkeiten zu ähnlichen Geschäftspraktiken und -modellen anderer Unternehmen zu gelangen, ist eine kurze Erläuterung über die gängigen Geschäftsmodelle von Plattformen notwendig. Daran anschließend ein kurzer Überblick zum Transaktionskostenansatz nach *Coase* zu geben, denn dieser scheint mit dem Aufkommen der Plattformökonomie überwunden. Ob das tatsächlich der Fall ist, muss untersucht werden.

---

252 BMWi, Grünbuch Digitale Plattformen, 2016, S. 26.
253 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 46.
254 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 47.
255 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 8.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

a) Plattformen im wirtschaftshistorischen Kontext

Jedes Unternehmen, jede Institution, jede wirtschaftliche Einheit im Allgemeinen, hat, Schwankungsprobleme zu bewältigen und zwar unabhängig von der Frage, was ihre Wertschöpfungsaktivität ist.[256] Diese äußern sich grundlegend darin, dass sich jede wirtschaftliche Einheit überlegen muss, wie sie Marktschwankungen in Angebot und der Nachfrage begegnet. Werden Produkte und Dienstleistungen in einem bestimmten Umfang nachgefragt, muss das Unternehmen entsprechend reagieren und ausreichend Arbeitskräfte zur Verfügung haben. Sinkende Nachfrage bedeutet einen Überschuss an verfügbaren Arbeitskräften. Ein erfolgreiches unternehmerisches Handeln zeigt sich darin, dass eine rasche Anpassung an diese veränderten Rahmenbedingungen erfolgt.[257] Ein flexibler Personaleinsatz ist eine Möglichkeit dem Problem von Marktschwankungen zu begegnen. Hierzu haben sich die Begriffe der internen und externen Flexibilität etabliert.[258] Bei interner Flexibilität geht es – verkürzt – um die Anpassung von Funktionen, Arbeitszeit, -ort, -entgelt etc. innerhalb bestehender Arbeitsverträge. Bei externer Flexibilität geht es um die numerische Anpassung der personellen Leistungsfähigkeit des Unternehmens an den aktuellen Arbeitskräftebedarf. Das Geschäftsmodell der Plattform setzt an dieser externen Flexibilität an.

Srnicek untersucht zunächst, wie Plattformen als wirtschaftliche Akteurinnen in einer kapitalistischen Produktion begriffen werden können – es geht ihm zufolge nicht um ein kulturelles Phänomen, das sich von Wertvorstellungen der kalifornischen Ideologie leiten lässt; es geht auch nicht um politische Machtübernahme – es geht schlicht um das Bestehen im kapitalistischen System, wo nur überlebt, wer Gewinne verzeichnet und Konkurrenz erfolgreich hinter sich lässt.[259]

Aus diesem Grund ist es wichtig, Plattformen in einem wirtschaftshistorischen Kontext zu begreifen. Wirtschafshistorisch lassen sich in den letzten Jahrzehnten mehrere Momente ausmachen, die die kapitalistische Produktionsweise in Bedrängnis brachten.[260]

---

256 Folgende Überlegungen bei *Kirchner*, Arbeiten in der Plattformökonomie, KZfSS 2019, S. 3–21 (7 ff.).
257 *Krause*, ZfA 2014, S. 349–373 (349).
258 *Krause*, ZfA 2014, S. 349–373 (350).
259 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 8.
260 *Streeck*, Wie wird der Kapitalismus enden? Teil I, Blätter 3/2015, S. 99–111; Teil II 4/2015 S. 109–120.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

1. Reaktion auf den Abschwung ab den 1970er Jahren.
2. Auf und Ab der 1990er Jahre, die in der Dot-Com-Blase mündeten.
3. Reaktion auf die sub-prime Hypothekenkrise, die eine weltweite Krise 2008/2009 auslöste.

Diese Krisen entstehen (sehr verkürzt) daraus, dass der Kapitalismus nach Kapitalakkumulation strebt und dabei stetig seine Verwertungsmöglichkeiten ausweiten muss.[261] Dies gelingt, indem er imstande ist, sich äußerst schnell neu zu sortieren und Neues zu erschließen, das auf seiner inhärenten Logik aufbaut (Kapitalakkumulation, Wachstum, Produktivitätssteigerungen, etc.). Bereits vor der letzten Wirtschaftskrise wandte man sich *Daten* zu, um neue Wertschöpfungsprozesse zu erschließen. Mit dem Eintritt der Krise stieg die Aufmerksamkeit für Daten, das hing auch mit der Erfindung des Smartphones und der verstärkten Verfügbarkeit des mobilen Internets zusammen.

Daten sind zunächst Rohmaterial, die erst nach einer Strukturierung mittels Big Data Anwendungen monetarisiert werden können. Daten sind dabei keine völlig neue eine Ressource; auch für die schlanke Logistik wurden Daten verwendet, aber erst im beginnenden 21. Jahrhundert wurde die Technologie, die eine Datenaufzeichnung ermöglichte, so billig, dass neue Geschäftszweige entstanden, um Daten zu extrahieren und dazu einzusetzen, Produktionsprozesse zu optimieren, Vorlieben von Konsumenten zu erkennen, Arbeitnehmer/innen zu kontrollieren, neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen wie Google Maps oder Apples Siri.[262]

Für vertikal organisierte Firmen bestand das Problem darin, dass sie keine Daten über ihre Produkte hatten, sobald diese die Fabrik verlassen hatten. Dieser Verlust des Wissens wird durch das Geschäftsmodell der Plattform kompensiert. In dieser Gemengelage macht *Srnicek* fünf Plattformtypen aus, die unterschiedliche Strategien verfolgen. Das wären Werbeplattformen, Cloud-Plattformen, Industrieplattformen, Produktplattformen sowie Schlanke Plattformen.[263] Für diese Arbeit sind die sog. Schlanken Plattformen relevant.

Srnicek zufolge sind Schlanke Plattformen deshalb schlank, weil sie den Anschein erwecken, ohne nennenswerte materielle Anlagegüter auszukommen; ihre wertvollsten Anlagegüter sind Software und Datenanaly-

261 Hierzu im Zusammenhang mit Crowdsourcing, *Vogl*, Crowdsourcing, S. 22.
262 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 43 und auch die folgenden Ausführungen.
263 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 53, 62, 66, 72, 76 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

se.[264] Wenn man die oben dargestellten Plattformen durchgeht, so wird man dem zustimmen können.

Microtask Plattformen bestehen vor allem aus einer Webseite, einer App und automatisierten Programmen, die es ermöglichen, dass Crowd Worker ohne größere Barrieren durch das System der Plattform geleitet werden und dabei die veröffentlichten Aufträge erledigen.

Plattformen lösen das auch bei ihnen bestehende Schwankungsproblem, indem sie Schwankungen auf die externen Arbeitskräfte verlagern.[265] Sie lagern nämlich die Arbeitskraft aus und verteilen sie im virtuellen Raum.[266] Dieses Outsourcing ist aber nichts, was Plattformen erfunden haben, sondern es ist ein Prozess, der seit den 1970er Jahren anhält. Das unternehmerische Problem in Dienstleistungsmärkten ungenutzte Arbeitskraftreserven auf Abruf halten zu müssen, scheint durch vielfältige Dienstleistungsplattformen gelöst.[267] Damit verlängern sie ältere Trends in neue Bereiche. Outsourcing traf früher vorwiegend die Produktion, Verwaltung und Beherbergung, es betrifft heute aber immer mehr Tätigkeiten. Taxifahrten, haushaltsnahe Dienstleistungen, Handwerk, Fortbewegung, Content-Moderation sind heute unproblematisch über eine Plattform verfügbar. Möglichkeiten der Kostensenkung sind durch Online-Outsourcing damit noch einfacher geworden. Die Schlanken Plattformen bauen ihrerseits auf unterschiedlichen Plattformen auf und nutzen Rechenkapazitäten aus der Cloud. Schlanke Plattformen nutzen ebenfalls die Datenextraktion, also das Sammeln und Auswerten von Daten.[268]

Was man sich klar machen muss, ist, dass viele Crowd Work Plattformen mittels moderner Informations- und Kommunikationstechnologien überhaupt erst einen Markt für bestimmte Dienstleistungen geschaffen haben. Gerade die Entstehung von gigantischen Webshops, sozialen Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter, machte die Produktion von Inhalten (Content) oder die Überprüfung dieser Inhalte nötig. Dies geschieht aber selten in dem Unternehmen selbst, sondern wird an eine andere Plattform, die eben Inhalte produziert oder prüft, ausgelagert. Diese wiederum lagern ihren Auftrag an die Crowd aus. Während man beim klassischen Verständnis von Outsourcing davon ausgeht, dass eine

264 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 77 und alles Folgende bis nächste Fn.
265 *Kirchner*, Arbeiten in der Plattformökonomie, KZfSS 2019, S. 3–21 (17 ff.).
266 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 84.
267 *Heiland* in: Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 233–252 (235).
268 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 86.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bestimmte Tätigkeit an ein anderes Unternehmen ausgelagert wird, die mit eigenen Mitarbeiter/innen diese Tätigkeit erbringt, vollzieht sich das Outsourcing bei Crowd Work in zwei Schritten: 1. an die Plattform, die ein bestimmtes Geschäftsfeld bedient, z.B. Content und 2. von dort an die Crowd Worker als die Masse der Internetnutzer/innen.

Der Soziologe *Heiner Heiland* meint zu Recht, dass hier nicht bloßes Outsourcing seitens der Plattform betrieben werde, sondern es entstehen zugleich enge und lose Kopplungen zwischen Plattformen und den Crowd Workern.[269] Lose Kopplungen, weil die Crowd Worker nur per Account mit der Plattform verbunden sind und sie als Selbstständige klassifiziert werden, die sich selbst um die Erledigung der Arbeit kümmern müssen. Enge Kopplungen bestehen in der Beziehung Crowd Worker und Plattform, weil die Plattform weiterhin auf den konkreten Arbeitsprozess Einfluss nimmt und nicht bloß ein Arbeitsergebnis abwartet.

Die Soziologin *Elisabeth Vogl* weitet das Organisationskonzept noch aus und erkennt weitere Potentiale für Crowd Work. Unternehmen erschließen sich durch Crowd Work neue Arbeitskraftressourcen im Informationsraum (Internet) und integrieren diese in ihren Wertschöpfungsprozess ohne sie in ein Lohnarbeitsverhältnis zu bringen.[270] Sie greift dabei das „Landnahmekonzept im Informationsraum" des Soziologen *Andreas Boes* auf und sieht, wie es strategische Bestrebungen von Unternehmen gibt, die Beiträge der Akteure im Informationsraum systematisch zu erschließen.[271]

Vor diesem Hintergrund ist die Plattformökonomie nicht etwas radikal Neues, sondern eher wie ein weiterer (sehr teurer) Straßenzug bei Monopoly zu verstehen oder um es mit den Worten von Srnicek zu sagen: „*Was radikal neu erscheint, kann sich bei historischer Betrachtung als schlichte Kontinuität entpuppen.*"[272] Hieran anschließend ist darzustellen, wie Plattformen meinen, den Transaktionskostenansatz nach *Coase* zu überwinden mit der Folge, dass aus ihrer Sicht, das Unternehmen als Ort der Wertschöpfung, obsolet wird. Ob das tatsächlich zutrifft, ist zu hinterfragen.

269 *Heiland* in Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 236 ff.
270 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 21.
271 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 22 mit Hinweis auf *Boes*.
272 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 13.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

b) Der Transaktionskostenansatz nach Coase oder „*Warum gibt es Unternehmen?*“

Was ein Unternehmen ausmacht, fasste der spätere Nobelpreisträger *Ronald Coase* in seinem richtungsweisenden Aufsatz „*The Nature of the Firm*“ zusammen.[273]

Dort stellt er die zwei Koordinationsformen „Markt“ und „Unternehmen“ nebeneinander. Er beobachtete, dass der Markt Produktionsentscheidungen durch den Preismechanismus mittels Angebot und Nachfrage koordiniert. Was nachgefragt wird, stellt der Markt bereit, zu einem Preis, der im Verhältnis zum Angebot gefunden wird – bei Verknappung wird es teurer, bei Überschuss günstiger.

Das Unternehmen koordiniert Produktionsentscheidungen nicht allein kraft Angebot und Nachfrage, sondern kombiniert diese Produktionsentscheidungen mit dem Element der Hierarchie. Dabei meint Hierarchie, die Anordnung von Vorgesetzten im arbeitsteiligen Umfeld. Die zu bewältigenden Unsicherheiten sind im Unternehmen viel größer, denn ob infolge einer falschen Entscheidung in der Hierarchie, die Bedarfe richtig erfasst werden und so zu ökonomischem Erfolg führen, ist keinesfalls ausgemacht. Der Markt wiederum, der mittels des Preismechanismus, Angebot und Nachfrage gezielter zu erkennen vermag, scheint gegenüber dem Unternehmen die vielversprechendere Form einer wirtschaftlich erfolgreichen Aktivität zu sein. Diese Tatsachen erklären *Coase* zufolge nicht, warum es neben dem Markt dann überhaupt Gründe für die Koordinationsform des Unternehmens gibt. Der Hauptgrund dafür, dass sich eine Unternehmung lohnt, ist, dass der Marktmechanismus nicht zum Nulltarif zu haben ist. Der Gebrauch des Preismechanismus ist mit Kosten verbunden, den Transaktionskosten. Diese macht *Coase* wie folgt aus:[274]

1. Auf dem Markt entstehen Such- und Informationskosten. Die Marktteilnehmer/innen kennen nicht alle Preise.
2. Verträge kosten Geld; ein/e Produzent/in wird mit den Herstellenden oder Eignern einer Ware nicht jeden Tag Verträge über den Verkauf oder die Erbringung einer Leistung abschließen.

---

273 *Coase*, „The Nature of the Firm“, Economica Vol. 4, Iss. 16/1937, S. 386; ihm schloss sich später *Williamson* an, dessen Forschung sich hauptsächlich um die TAK drehte, Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations, 22. Journal of Labor & Economics, S. 233–261.

274 Zusammenfassend bei: *Bössmann*, ZgS 1981, S. 667–674 (668).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

3. Für die Durchführung einer Produktion werden die Produktionsfaktoren *langfristig* gebraucht.

Damit kommt *Coase* zu dem Schluss, dass Märkte die kostspieligere Koordinationsform sein können und daher ein Unternehmen, die wirtschaftlich sinnvollere Alternative ist. Dies erklärt grundsätzlich, warum es betrieblich verfasste Unternehmen gibt.

c) Das Überwinden des Transaktionskostenansatzes durch Plattformen?

In der Selbstwahrnehmung von Plattformen überwinden diese die Transaktionskostentheorie nach *Coase*.[275] Sie können mittels Technologie den Markt effizienter organisieren, so dass die Transaktionskosten immer geringer sind, als in einem betrieblich verfassten Unternehmen. Das geschieht auf folgende Weise:[276]

1. Such- und Informationskosten sinken. Das Internet erlaubt eine schnelle Allokation wann, wer, welche Dienstleistung für Nachfragende erbringen kann.
2. Verträge kosten immer weniger. Wenn immer jemand auf der Welt verfügbar ist, der/die einen Job erledigen kann, dann kostet der Abschluss eines Vertrages, den Bruchteil der Zeit, den man benötigt um ein Häkchen zu setzen oder einen Klick zu tätigen.
3. Langfristige Produktionsfaktoren werden dort benötigt, wo nicht pausenlos Menschen ausgetauscht werden können. Mit der Plattformökonomie und unter den ersten beiden Voraussetzungen wird eine *On-demand-Workforce* erschaffen, die es Plattformen ermöglicht kurzfristige Entscheidungen treffen zu können, ohne an Produktivität einzubüßen.

Das mag alles zutreffen und die Effizienzsteigerung kann tatsächlich zu sinkenden Transaktionskosten führen. Es ist zwar eine prominente These, dass der coasianische Transaktionskostenansatz überwunden wird, aber bei Lichte betrachtet, steckt wenig dahinter.[277] Der Transaktionskostenansatz besagt im Grunde *nur*, dass die Arbeitsorganisation im Unternehmen billiger werden kann, weil bestimmte Faktoren durch Nutzung des Preismechanismus des Marktes *auch* Kosten verursachen.

---

275 *Tomassetti*, Does Uber redefine the firm?, Hofstra Labor & Employment Law Journal 2017, S. 1–78.

276 Folgender Abschnitt ist entnommen bei: *Schneider-Dörr*, SPW 2017, S. 58–61.

277 *Tomassetti*, Does Uber redefine the firm?, Hofstra Labor & Employment Law Journal 2017, S. 1–78 (15) mwN.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Nun schaffen es Plattformen zweifelsohne mittels Technologie diese Kosten zu reduzieren, aber die damit einhergehenden Probleme, haben sie doch zu bewältigen. Auch muss man sagen, dass die Transaktionskosten ja nicht die einzigen Kosten sind, die Unternehmen zu minimieren versuchen. Effizienzsteigerungen bei gleichzeitiger Kostenersparnis sind das perpetuierende Credo in einer wachstumsabhängigen Marktwirtschaft. Es ist allgemein bekannt, dass Betriebe im Zuge der schlanken Logistik ihre Effizienz dadurch steigerten, dass sie die gerade benötigten Ressourcen vorhielten. Plattformen besitzen die eingesetzten Ressourcen nicht einmal – sie steigern die Effizienz von „*Just-in-time*" zu „*Not-even-mine*".[278] Plattformen können damit herkömmlichen Unternehmen auch deshalb überlegen sein, weil sie neue Quellen der Wertschöpfung und neue Angebote erschließen, das hat aber nichts mit den Transaktionskosten zu tun. Es erklärt sich mit der Senkung der Transaktionskosten nicht, wie Plattformen Schwankungsprobleme in Angebot und Nachfrage bewältigen, wie sie den Arbeitskräftebedarf decken, wie sie sicherstellen, dass vorhandene Arbeitskräfte auch wissen, was zu tun ist und warum diese letztlich überhaupt leistungsbereit sind. In der Soziologie und Wirtschaftswissenschaft wird daher die Plattform nicht nur dem hierarchisch verfassten Unternehmen oder dem Markt zugeordnet, sondern als dazwischenliegende Koordinationsform.[279] Das heißt aber, dass die Plattform durchaus Elemente des betrieblich verfassten Unternehmens nutzt. Wenn das so ist, kann sie aber nicht den Transaktionskostenansatz überwunden haben. Dessen Überwindung würde zu einer reinen Marktorganisation führen, wo eben nur die Mechanismen des Marktes über Preis und Privatautonomie, die tragenden Säulen sind. Für Hierarchie und andere Arten von Steuerung wäre auf Plattformen kein Platz. Die folgenden Ausführungen werden zeigen, dass dies nicht zutrifft.

3. Die Organisation Plattform und die Organisation Betrieb

Wenn wir verstehen, welchen Koordinierungsproblemen Plattformen begegnen, wie sie diese lösen und ob sie ähnlich organisiert sind, wie bereits

278 *Parker et al.*, Plattform-Revolution, 2017, S. 21.

279 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 17 mwN.; *Leimeister* et. al. in: W. Brenner, T. Hess (Hrsg.), Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis, Business Engineering, S. 55.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

bekannte Arbeitsorganisationen wie z.B. der Betrieb, dann kann die juristische Debatte an Tiefe gewinnen.

Hierbei werden ganz grundlegende Tatsachen ausgeführt, die sich hauptsächlich der organisationssoziologischen Perspektive widmen ohne dabei Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

Dies geschieht zu dem Zweck, die Parallelen in der Organisation von Arbeit auf Plattformen und Arbeit in Betrieben aufzuzeigen. Welchen Besonderheiten begegnen dabei Plattformen und wie lösen sie diese? Was kann aus diesen Überlegungen für den juristischen Diskurs extrahiert werden?

a) Die Organisation von Arbeit auf Plattformen und in Betrieben

Als Plattform organisierte Unternehmen müssen ebenso wie betrieblich organisierte Unternehmen ähnliche Probleme bewältigen.[280] Wie oben bereits kurz angesprochen wurde, muss sich jede wirtschaftliche Einheit, die am Markt auftritt, die Frage stellen, wie sie die Nachfrage nach ihren Produkten und Dienstleistungen bewältigt. Dazu gehören insbesondere Fragen, mit wie vielen Arbeitskräften die Nachfrage bewältigt wird, wie Schwankungen aufzufangen sind, wenn die Nachfrage sinkt, welche Qualifikation die Arbeitskräfte brauchen und schließlich, wie deren Leistungsbereitschaft sichergestellt wird.[281]

Ein betrieblich verfasstes Unternehmen muss Schwankungen auf mehreren Ebenen auffangen. Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, muss es auf Angebot und Nachfrage seiner Dienstleistungen und Produkte durch den Markt reagieren. Dies geht einher mit schwankendem Arbeitskräftebedarf, der je nachdem steigend oder fallend sein kann. Im ersteren Fall werden Arbeitsaufgaben in Stellen gebündelt und in ein vertraglich geregeltes Beschäftigungsverhältnis gebracht.

Je nach Absehbarkeit der wirtschaftlichen Lage und des Bedarfes können diese Beschäftigungsverhältnisse durch Leiharbeit, Werkverträge und Befristungen gekennzeichnet sein. Sie können aber auch bei längerfristigem Bedarf unbefristet, in Voll- oder Teilzeit beim Arbeitgeber in persönlicher Abhängigkeit erbracht werden.

Ein weiteres damit einhergehendes Problem ist die Qualifizierung von Arbeitskräften. Auch hier gehen ganz grundlegende Überlegungen in die

280 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–21 (13).
281 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–21 (15 f.).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Richtung, dass Arbeitskräfte die ihnen gestellten Aufgaben bewältigen können sollen.

Die letzte Überlegung zielt auf die Leistungsbereitschaft. In einem Arbeitsverhältnis sind die Beteiligten einander verpflichtet; Arbeitnehmer/innen haben -soziologisch gesprochen- eine mitgliedschaftlich verfasste Rolle im Betrieb und -juristisch gesprochen- vertragliche Verpflichtungen. Arbeitgeber haben u.a., die vertragliche Pflicht, dies zu entlohnen, aber auch das Recht der Direktion. Die Leistungsbereitschaft wird damit über eine rechtliche Verpflichtung und durch formale Autorität der Führungspersonen koordiniert. Führungspersonen vergeben Aufgaben, motivieren Beschäftigte, sammeln Informationen, die eine Koordinierung der Aktivitäten, eine Überwachung des Arbeitsprozesses sowie eine Bewertung der Leistung ermöglichen.[282] Ob Arbeitende ihrer Verpflichtung in ausreichendem Maße nachkommen, ist ein Steuerungsproblem, dem im Wesentlichen auf zwei Arten begegnet wird: Entweder die Leistungsbereitschaft wird durch standardisierte, routinemäßige Tätigkeiten direkt von Führungskräften kontrolliert oder die Leistungsbereitschaft wird im Gegenteil durch größere Freiräume, vertrauensvolle Zusammenarbeit und Partizipation erhöht.[283] Diese drei Bereiche zeigen grundlegend auf, wo bei der Organisation von Arbeit Probleme aufkommen können. Vereinfacht ausgedrückt: Schafft es ein Unternehmen das Schwankungsproblem richtig zu erfassen und genügend Leute für ihre Bedarfe einzustellen, stellen sie die Richtigen ein und bearbeiten diese die Aufgaben in verwertbarer Weise? All das entscheidet über Erfolg und Misserfolg einer wirtschaftlichen Aktivität auf dem Markt.

Wie lassen sich diese grundlegenden Koordinierungsprobleme auf Plattformen übertragen?

aa) Koordinierungsprobleme auf Plattformen

Wie Plattformen diesen Koordinierungsproblemen begegnen, die trotz Senkung der Transaktionskosten bleiben, werden die folgenden Überlegungen nachvollziehbar machen. Dafür ist es notwendig, einen kurzen Überblick über grundlegende Kernelemente von Organisationen zu geben und was diese erfordern.

---

282 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25 mwN.
283 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25 mwN.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

In einem weiteren Schritt ist darzustellen, ob diese Kernelemente auch auf Plattformen zu finden sind.

Die fünf grundlegenden Kernelemente von Organisationsformen können grob so umrissen werden:[284]

(1) Mit der Mitgliedschaft entscheiden Organisationen, wer Teil der Organisation wird; sie kann den Status verleihen und entziehen.
(2) Sie legen die Regeln, zu denen eine Interaktion stattfinden soll, ausdrücklich fest.
(3) Die Organisation überwacht, ob und wie Mitglieder die Leistung erbringen, Regeln einhalten und die konkreten Anweisungen befolgen.
(4) Die Plattform entscheidet einseitig über positive und negative Sanktionen, indem sie Ressourcen zuteilt oder vergibt. Sie bewertet Leistungen und sorgt für Sichtbarkeit durch Kennzahlen, Abzeichen, Zertifikate u.Ä.
(5) Kraft ihrer Hierarchie üben Organisationen das Recht aus, bindende Entscheidungen zu treffen.

Im Folgenden sind diese fünf Organisationselemente auf der Plattform zu suchen.

Die **Mitgliedschaft** ist bei Plattformen die Einrichtung eines Benutzeraccounts. Wie oben bereits dargestellt, verlangt jede Plattform die Hinterlegung persönlicher Daten und das Einrichten eines individuellen Nutzerkontos, das gleichzeitig auch ein Profil der Crowd Worker darstellt. Die rechtliche Ausgestaltung dieser Mitgliedschaft geschieht jedoch nicht ausdrücklich in einem Arbeitsverhältnis. Vielmehr gehen die Plattformen davon aus, dass sie Verträge mit Selbstständigen schließen.

Plattformen legen die **Regeln** fest, zu denen Interaktionen auf der Plattform stattfinden können. Diese sind zum einen in den AGB der Plattformen zu sehen, aber vor allem auch in der technisch implementieren Infrastruktur durch softwarebasierte Anwendungen und mit Hilfe von Algorithmen. Das ist das oben besprochene algorithmische Management. Plattformen installieren hier eine Vielzahl von Regeln, die nur innerhalb der programmierten Prozesse ausgeführt werden und wo man nur aus den vorgegeben Masken/Buttons auswählen kann.[285]

Die **Überwachung** geschieht durch die Feedback-, Bewertungs- und Reputationssysteme. Hinzukommt, dass Crowd Worker eine Vielzahl von Prozessdaten generieren, indem sie die Apps und Webseiten nutzen. Teils

284 Abschnitt aus: Kirchner, KZfSS 2019, S. 11 f. mwN.
285 Siehe nur *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25; *Kirchner/Beyer*, ZfS 2016, S. 323–339.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

wird auch das GPS Tracking gefordert. Diese Daten ermöglichen eine umfassende Auswertung und generieren interne Kennzahlen über die Performance der Crowd.

Sanktionen sind darin zu sehen, dass infolge der Überwachung ausgewertete Daten dazu führen können, keinen Zugang zu Aufträgen oder bestimmten Aufgaben zu bekommen. Die Plattform kann einseitig über die Zuordnung und Sichtbarkeit von Aufträgen entscheiden.

Die **Hierarchie** der Plattform manifestiert sich in einer umfassenden asymmetrischen Ordnung.[286] Die ausgeführten vier Elemente liegen allein in der Hand der Plattformen und sind nicht verhandelbar.

bb) Vergleich der Organisation Plattform mit der Organisation Betrieb

Überträgt man dies auf betrieblich verfasste Unternehmen, stellt die **Mitgliedschaft** das vertraglich geregelte Arbeitsverhältnis dar, durch Einstellung werden sie Mitglieder der Organisation. Dabei werden die **Regeln** vorgegeben und die Möglichkeit der **Überwachung** der Tätigkeit und Leistung durch **Führungskräfte** und andere **Kontrollsysteme** werden etabliert. **Sanktionen** werden bei Nicht-Einhaltung der Regeln verhängt; das kann sich in Abmahnungen und als schwerste finale Sanktion in der Kündigung niederschlagen.

Das letzte Element der **Hierarchie** bestimmt sich durch die Betriebsorganisation an sich, wo Vorgesetzte die Arbeitnehmer/innen anweisen und über die ersten vier Elemente bestimmen können (Mitgliedschaft, Regeln, Kontrolle, Sanktion). Damit erfüllen betrieblich verfasste Organisationen die grundlegenden fünf Organisationselemente. Soziolog/innen weisen darauf hin, dass sich diese fünf Elemente vereinzelt auch außerhalb formaler Organisationen finden lassen.[287] Jedenfalls sind diese Organisationselemente auch dann anzuwenden, wenn sich neue, unklare Organisationsformen wie beispielsweise Plattformen bilden.[288]

In diesen fünf Elementen liegt die Crux für die Lösung von Koordinierungsproblemen wie Schwankung in Nachfrage und Angebot, Qualifizierung von Arbeitskräften und die Sicherung von deren Leistungsbereitschaft.

---

286 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25 (11).
287 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25 (12) mwN.
288 *Kirchner*, KZfSS 2019, S. 3–25 (20) mwN.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Hier offenbart sich, dass Plattformen ebenso wie das betrieblich verfasste Unternehmen alle fünf Organisationselemente besetzen. Eine Tabelle soll das veranschaulichen:

Tabelle 1: Fünf Elemente der Organisation, Betriebe und digitale Marktplätze

Element	Beschreibung nach Ahrne/Brunsson 2011	Eigenschaften im Betrieb (für reguläre Beschäftigte)	Eigenschaften auf dem digitalen Marktplatz (für externe Anbieter)
(1) Mitgliedschaft	Entscheidet wer als Mitglied beitritt	Betriebs-Mitgliedschaft durch Beschäftigungsverhältnis	Marktplatz-Mitgliedschaft durch Account
(2) Regeln	Fordert von Mitgliedern Regeln zu befolgen	Regeln formaler Bürokratie	Regeln algorithmischer Bürokratie (durch technische Infrastruktur)
(3) Überwachung	Beobachtet, ob Mitglieder Regeln einhalten	Führungskräfte (schwerpunktmäßig)	Bewertungssysteme (bspw. Rating) und Prozessdaten (bspw. Tracking)
(4) Sanktionen	Sanktioniert Aktivitäten und Leistung mit positiven oder negativen Maßnahmen	Einfluss der Bewertung durch Führungskräfte auf Beschäftigungsverhältnis; Kündigung	Einfluss der Bewertung/ Prozessdaten auf Transaktionsbedingungen; Marktplatz-Ausschluss
(5) Hierarchie	Übt ein Recht aus, bindende Entscheidungen zu treffen	Hierarchische Betriebsordnung mit formalen Statusunterschieden	Asymmetrische Ordnung: Marktorganisator entscheidet einseitig

Abbildung 13: Kirchner, KZfSS 2019, S. 13.

b) Schlussfolgerungen aus dem Vergleich

Wie soeben dargestellt wurde, besetzt die Organisationsform Plattform die gleichen Organisationselemente wie ein betrieblich verfasstes Unternehmen. Es wäre jedoch juristisch falsch hieraus solche Schlussfolgerungen abzuleiten, dass Plattformen in jedem Fall Betriebe und ihre Mitglieder in jedem Fall Arbeitnehmer/innen sind. Allein schon vor dem Hintergrund, dass auch in Betrieben nicht nur Arbeitnehmer/innen, sondern zunehmend auch Selbstständige neben Arbeitnehmer/innen arbeiten. Ebenso falsch wäre es jedoch, von vorneherein auszuschließen, dass Plattformen betrieblich und mit einer Crowd von Arbeitnehmer/innen arbeiten. In jedem Fall sind nämlich die vertraglichen und tatsächlichen Verhältnisse zu berücksichtigen.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

In den organisationssoziologischen Bezügen ging es v.a. darum aufzuzeigen, dass sich mit der Plattform eine Organisationsform entwickelt, die alle Elemente eines betrieblich verfassten Unternehmens besetzt ohne die einzelnen Elemente mit den entsprechenden juristischen Schlussfolgerungen eines betrieblich verfassten Unternehmens zu belegen. Wie bereits erwähnt, etablieren Plattformen auf diese Weise enge und lose Kopplungen.[289] Lose Kopplungen, weil Crowd Worker nur per Account mit der Plattform verbunden sind und sie als Selbstständige klassifiziert werden, die sich selbst um die Erledigung der Arbeit kümmern müssen. Enge Kopplungen bestehen in der Beziehung Crowd Worker und Plattform, weil die Plattform durch enge Vorgaben in der Durchführung und durch algorithmisches Management weiterhin auf den konkreten Arbeitsprozess Einfluss nimmt und nicht bloß ein Arbeitsergebnis abwartet. Sie besetzt die Organisationselemente Regel, Überwachung, Sanktion und Hierarchie mit einseitigen, engen Vorgaben – wie in einem Arbeitsverhältnis. Einzig bieten sie das Arbeitsverhältnis nicht an, so dass sich auch alle weiteren Elemente nicht an den arbeitsrechtlichen Regularien messen lassen müssen.

Das erscheint insofern erstaunlich als das Arbeitsrecht entlang der Organisation des Betriebes entstanden ist.[290] Der Schutzzweck des Arbeitsrechts ist nämlich nicht nur in einer strukturellen Unterlegenheit von Arbeitnehmer/innen bei Abschluss des Arbeitsvertrages zu suchen[291], sondern auch in Gegebenheiten, die betriebsbedingt zustande kommen. So wird im Schrifttum vertreten, der Schutzzweck arbeitsrechtlicher Normen liege darin, dass Arbeitnehmer/innen durch das Arbeitsverhältnis ihre wirtschaftlichen Dispositionsmöglichkeiten verlieren.[292] Arbeitnehmer/innen bieten ihre Arbeitskraft als auf Dauer unselbstständige Beschäftigte der

289 *Heiland* in Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 236 ff.

290 Hierzu: *Tomassetti*, Hofstra Labor & Employment Law Journal 2017, S. 1–78 (31, 37) mwN. insbesondere zu *Drucker*, The Future of Industrial Man und *Weil*, The Fissured Workplace; *Streeck*, Status und Vertrag, Habil.-Vortrag 1988, veröffentlicht durch das WZB, Forschungsschwerpunkt Arbeitsmarkt und Beschäftigung 1988, abrufbar unter: https://bibliothek.wzb.eu/pdf/1988/i88-3.pdf, abgerufen am 11.05.2020.

291 BVerfG, Urteil vom 23.11.2006 – 1 BvR 1909/06, NZA 2007, S. 85–87 (87); BVerfG, Urteil vom 28.01.1992 – 1 BvR 1025/82, 1 BvL 16/83 und 1 BvL 10/91, NZA 1992, S. 270–273 (272); BVerfG, Urteil vom 26.06.1991 – 1 BvR 779/85, NJW 1991, S. 2549 (2551); *Zachert*, RdA 2004, S. 1–8 (1).

292 Darauf wird noch zu kommen sein, statt vieler, einen der ersten Vertreter: *Wiedemann*, Das Arbeitsverhältnis als Austausch- und Gemeinschaftsverhältnis, 1966, S. 13 ff.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Unternehmer/in gegen ein festes Entgelt an, das ohne Rücksicht auf den unternehmerischen Erfolg oder dessen Risiko beim Austausch gegen die Arbeitsleistung entsteht.[293] Dieses Zurverfügungstellen ihrer Arbeitskraft geschieht in einer fremden Arbeitsorganisation auf die sie nur begrenzt Einfluss nehmen können.[294] Dies ist einer der Daseinsgründe für das Arbeitsrecht. Wenn also die betriebliche Arbeitsorganisation einen der Gründe für das Arbeitsverhältnis darstellt, dann muss eine Organisation, die eine dem Betrieb vergleichbare Organisationsform unterhält, zumindest rechtfertigen, wie sie ohne irgendeine Form von Arbeitsverhältnissen auskommt. Jetzt mögen einige einwenden, dass ja auch Konstruktionen im Bereich des On-Site Werkvertrages außerhalb eines Arbeitsverhältnisses möglich sind und dennoch im Betrieb stattfinden. Das ist aber auch einer der Gründe, weshalb diese Konstruktionen in besonderem Maße anfällig sind, Arbeitsrecht zu umgehen und deshalb in ständiger Kritik stehen.

Schaut man nochmal auf den tatsächlichen Unterschied zwischen einer betrieblich verfassten Organisation und einer solchen als Plattform, scheint dieser allein in der technischen Infrastruktur zu liegen: Regeln werden programmiert, die Überwachung und Einhaltung dieser Regeln wird ebenfalls über Software vermittelt, die Sanktionierung erfolgt automatisiert durch Algorithmen, die Hierarchie ist darin implementiert.[295] Die einzige Innovation von Plattformen besteht oftmals darin, dass sie die technische Infrastruktur des digitalen Zeitalters nutzen.[296]

Das hieße: Je mehr Regelungen softwaregestützt oder -vermittelt programmierbar und durchsetzbar sind, je weiter jemand vom Ort der Wertschöpfung entfernt werden kann, desto unwahrscheinlicher wird die Annahme eines Arbeitsverhältnisses. Je mehr Kontrolle und Macht Plattformen etablieren können, die sonst nur Arbeitgeber im Arbeitsverhältnis hätten, desto fragwürdiger muss es werden, dass sie dies ohne das Arbeitsrecht tun könnten. Technologie soll sich nicht über das Recht hinwegsetzen können. Dieser Umstand wäre juristisch nicht tragbar und dürfte zumindest bei Jurist/innen auf Widerstand stoßen. Dies gebietet es umso mehr auf die *tatsächliche Vertragsdurchführung* zu achten.

---

293 *Lieb*, RdA 1977, S. 210–219 (213) mit weiteren Nachweisen übernommen: *Schneider-Dörr*, HBS Working Paper Nr. 116, S. 51.

294 Hebt dies besonders hervor: *Brors*, Industrielle Beziehungen 2016, S. 226–235.

295 *Kirchner*, KZfSS 2019, S.; so auch *Tomassetti*, Hofstra Labor & Employment Law Journal, 1/2016, S. 8.

296 *Schössler*, Plattformökonomie, FES 2018, S. 3.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

4. Steuerung und Kontrolle auf Plattformen

Die soeben angesprochenen Steuerungsmechanismen sollen an dieser Stelle vertieft werden. Plattformen steuern und kontrollieren einen wesentlichen Teil des Crowdsourcing-Prozesses.[297] Plattformen müssen dafür sorgen, dass Angebot und Nachfrage zusammenkommen und die Interaktion zwischen Crowdsourcer und Crowd Worker am Ende erfolgreich ist. Hier wird ein wesentlicher Unterschied zu einem klassisch organisierten Unternehmen deutlich: Der Arbeitsvertrag verpflichtet Arbeitnehmer/innen zur Arbeitsleistung und umgekehrt die Arbeitgeber/innen u.a. zur Lohnzahlung. Bei Crowd Work Plattformen ist die Menge der arbeitenden Menschen lose, unbestimmt und letztlich in ihrer sozialen und kulturellen Zusammensetzung unbekannt (auch wenn sich aus den durch die Plattform erhobenen Daten Rückschlüsse ableiten ließen).[298] Genau diese Menge an Menschen muss aber dazu gebracht werden, zu arbeiten, damit das Crowd Work Konzept für Plattformen funktioniert. Die Plattformen sehen sich zwar *nur* als Vermittlerinnen, aber es lässt sich nicht leugnen, dass sie durch das Design der Plattform, die Softwarearchitektur und die Nutzungsbedingungen maßgeblich Einfluss auf die Interaktion nehmen.[299] Demgegenüber ist ein betrieblich verfasstes Unternehmen so organisiert, dass Steuerung und Kontrolle durch Hierarchie bzw. juristischer gesprochen durch das Direktionsrecht des Arbeitgebers ausgeübt werden.

Plattformen sind nach eigenem Verständnis jedoch keine Arbeitgeber, die Crowd Worker nach ihrem Dafürhalten nicht arbeitsrechtlich verpflichtet, so dass sich die Frage stellt, wie sie die Interaktion zwischen den Beteiligten steuern.

a) Bewertungs-, Feedback- und Reputationssysteme

Eine Plattform gestattet es, den Nutzer/innen auf beiden Seiten Werte auszutauschen und immer findet dieser Werteaustausch in einer Form von Währung statt.[300] Dies kann eine pekuniäre Entlohnung sein oder/und

297 Statt vieler: *Leimeister/Zogaj*, Study 287, HBS 2013.
298 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 27.
299 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 27; *Schmidt*, FES 2016, S. 12; *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 46 ff.
300 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 46.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

eine andere Art von Wert. Dieser Wert äußert sich in den Bewertungs-, Feedback- und Reputationssysteme einer Plattform.

Es ist aus unserem Alltag kaum noch wegzudenken, wann immer wir etwas via Internet konsumieren – tatsächlich, beispielsweise per Online-Bestellung oder virtuell, beispielsweise Informationen – werden wir um ein Feedback oder eine Bewertung gebeten. Diese sogenannten Feedbackschleifen sind von enormer Wichtigkeit für die Plattform, da sie Angebot und Nachfrage verstärken können. Wo Crowdsourcer wissen, dass die Arbeit erledigt wird, fragen sie Arbeit nach; wo Crowd Worker wissen, dass Arbeit ist, bieten sie ihre Arbeitskraft an. Diese Aktivitäten der User werden per Algorithmus analysiert und so werden beiden Seiten neue Aktivitäten empfohlen.[301] Die Leistungsbewertung der Crowd Worker verstärkt diesen Feedbackmechanismus, gute Bewertungen ziehen auf beiden Seiten mehr User an.

Die Summe der Bewertungen bildet die Reputation der Crowd Worker. Die Reputation zeigt an, wie ihre Job-Performance ist und wie gut sie letztlich ihren Teil der Interaktion auf einer Plattform erfüllen. Die Reputation erfüllt mehrere Zwecke:

1. Sie zeigt an, wie (un-)zufrieden vorherige Kund/innen mit der Arbeit waren.
2. Sie ist eine Kennzahl für die Plattform selbst, weil sie damit erkennen kann, für welche Arten von Aufgaben die jeweiligen Crowd Worker eingesetzt werden können.

Die Reputation erfüllt eine Steuerungsfunktion, da sie die Crowd Worker motiviert, viele gute Bewertungen zu bekommen.

Die Qualität der Bewertungen ist enorm wichtig, da sie darüber entscheidet, ob sie auf der Plattform bleiben können, bestimmte Jobs bekommen oder wie gut ihre Bezahlung sein kann.[302] Dadurch wird die Reputation zu einer Art Arbeitszeugnis und immaterieller Währung.[303] Für Crowd Worker ist die Reputation Fluch und Segen zugleich: Schaffen sie es immerzu gute Bewertungen zu bekommen, haben sie gute Aussichten auf der Plattform-Karriereleiter aufzusteigen, mehr zu verdienen und bessere Arbeit zu bekommen. Diese guten Bewertungen können aber auch zu einem Lock-in-Effekt führen. Das heißt, wegen der guten Reputation verbleiben Crowd Worker auf einer Plattform, obwohl sich die Arbeitsbedingungen verschlechtern können. Das hängt damit zusammen, dass die

301 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 55.
302 Darauf wird im 2. Teil noch eingegangen werden.
303 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016, S. 12.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Pflege und Erhaltung einer Reputation mit viel Zeit, Erprobung, Know-How und letztlich Geld verbunden sein kann. Die Crowd Worker haben keine Möglichkeit ihre Daten auf eine andere Plattform zu portieren, wenn sich die Arbeitsbedingungen auf „ihrer" Plattform verschlechtern. Ihnen bliebe nur, auf eine andere Plattform zu wechseln und sich eine neue Reputation zu erarbeiten – das hieße in vielen Fällen aber auch, ganz von vorne anzufangen. Diese sog. Wechselkosten können vielen zu hoch sein, so dass sie auf einer Plattform mit schlechteren Bedingungen verbleiben, nur um ihre Reputation zu sichern.[304] Ebenso können sich Crowd Worker gegen falsche oder unfaire Bewertungen kaum wehren, da kein Raum für Beschwerden auf deren Seite vorgesehen ist. Berichte, wie Fahrer/innen von UBER oder upwork grundlos gesperrt wurden, haben keinen Seltenheitswert mehr.[305]

Das gewinnt nicht nur in der Welt der Arbeitsplattformen an Bedeutung. Erst kürzlich wurde berichtet, dass auch Plattformen wie der Amazon Marketplace für gewerbliche Verkäufer/innen immer relevanter werden. In dem konkreten Fall ging es um einen Verkäufer, der wegen einer fehlerhaften Bewertung von der Plattform ausgeschlossen wurde. Erst nach langen und teuren Streitigkeiten wurde klar, dass die Bewertung schlicht falsch war.[306] Für diese Fälle hat die Europäische Union mittlerweile eine Verordnung verabschiedet, die Platform-to-Business-Verordnung (P2B-VO) 2019/1150; auf diese wird noch eingegangen werden.

Ein weiteres Element die Reputation aufzubessern und Feedbackschleifen einzurichten, ist die *Gamification*. Das bezeichnet zunächst die Anwendung spieltypischer Elemente in einem spielfremden Kontext.[307] Plattformen bieten Crowd Workern die Möglichkeit, ihre Ratings zu verbessern, indem sie virtuelle Punkte, Fleißsterne oder andere Belohnungen sammeln.[308] Diese werten ihre Reputation auf und lenken die Aufmerksamkeit der Plattformarbeiter/innen noch mehr auf die Plattform, was ihren

304 *Leimeister*, Einführung in die Wirtschaftsinformatik, S. 347.

305 Kuriose Geschichte eines Rausschmisses von der Plattform upwork: https://hackernoon.com/why-you-should-never-use-upwork-ever-5c62848bdf46, abgerufen am 11.05.2020.

306 https://t3n.de/news/marktplaetze-mieterschtzgesetz-Online-handel-e-commerce-1084704/, abgerufen am 03.08.2018.

307 *Bendel*, Gabler Wirtschaftslexikon online, Suchwort: Gamification; https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gamification-53874/version-368843, abgerufen am 11.05.2020.

308 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016, S. 12; *Schneider-Dörr*, HBS Paper Nr. 116, S. 36.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Absichten entspricht, denn verfügbare Plattformarbeiter/innen erhöhen die Wahrscheinlichkeit eines Matchings. Damit stellen diese Elemente ein starkes Steuerungsinstrument der Plattformen dar, da es ihr erstes Ziel ist, eine gute Interaktion auf der Plattform zu ermöglichen. *Schmidt* betont, dass hier ein hochsensibler Datenschatz angesammelt wird, weil das komplette Arbeitsverhalten von Plattformarbeiter/innen abgebildet werden kann.[309] Wenn wir uns an die interne Plattform von SAP erinnern, die dem IT Support der Mitarbeiter/innen untereinander dient, haben wir darin ein klassisches Beispiel für Gamification. Der Anreiz, die Entwickler/innen von SAP zu motivieren, anderen Kolleg/innen bei Problemen zu helfen, liegt in den virtuellen Punkten, die sie für einen guten Zweck sammeln.

b) Algorithmisches Management

Das algorithmische Management ist eng verbunden mit den Bewertungs-, Feedback- und Reputationssystemen einer Plattform. Im Grunde genommen ist es die softwaregestützte Folge eines erfolgreich implementierten Reputationssystems auf einer Plattform.

Aber zunächst von vorne: Algorithmen üben in unserem Zeitalter eine magische Funktion aus. So liest man, der Algorithmus habe dieses und jenes entschieden oder ein Algorithmus sei wertvoll oder Ähnliches mehr. „Magisch" wird es damit, dass am Ende eines Sachverhaltes immer „der Algorithmus" etwas gemacht habe und dann ein nicht immer nachvollziehbares, aber eben vom Algorithmus vorgegebenes Ergebnis da war.[310]

Nun, ein Algorithmus ist nicht magisch, sondern dem Grunde nach ein Berechnungsverfahren, mit dem Entscheidungen nach einer vorgegebenen Struktur automatisch getroffen werden können.[311] Zuzugestehen ist Nicht-Informatiker/innen, Nicht-Mathematiker/innen und anderen Nicht-Eingeweihten, dass die Liste der „Klassen von Algorithmen" den Unwissenden[312] wie eine andere Welt vorkommt, insoweit mag es tatsächlich

309 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES 2016, S. 12.
310 Treffend spricht *Martini* von einer Blackbox, JZ 2017, S. 1017–1025 (1017).
311 *Heiland* in Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 233–252 (240).
312 Die Verfasserin zählt sich im sokratischen Sinne („Ich weiß, dass ich nichts weiß") zu der Gruppe der Unwissenden.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

magisch erscheinen.[313] Das aber außen vor. Wann immer ein vorherig festgelegter Schritt auf den nächsten festgelegten Schritt folgt, haben wir einen Algorithmus. Ein Gesetz (im Einzelnen auslegungsfähig, aber oft „Wenn-dann"-Schlüsse), jeder Warenautomat und auch mathematische Regeln wie „Punkt-vor-Strich" folgen einem Algorithmus. Mit leistungsfähigeren Softwaresystemen haben wir eine Umgebung geschaffen in die sich komplexere Algorithmen einbetten können. Software wird so programmiert („coding"), dass sie bestimmte Ergebnisse liefert; diese Handlungsvorschriften sind ebenfalls Algorithmen. Ein Navigationsgerät nutzt beispielsweise den sog. Dijkstra- oder Kürzeste-Pfade-Algorithmus, der berechnet, welche Route am schnellsten ist. Dabei können dank GPS und Netzwerkeffekt durch andere Nutzer/innen auch Faktoren wie Stau, Unfälle und Straßensperrungen berücksichtigt werden.[314] Der für Internetnutzer/innen in diesem Teil der Welt bekannteste Algorithmus dürfte der PageRank-Algorithmus von Google sein. Er prüft die Ergebnis-Webseiten nach Kompetenz, Verlinkungsstruktur und Relevanz der Suchanfrage. Danach werden die Ergebnisse sortiert. Das wirklich verheißungsvolle an Algorithmen ist, dass sie Objektivität vorgeben – die nüchterne mathematische Berechnung macht Hoffnung auf ein Urteil frei von Wertungen.[315]

Welche Rolle spielen diese softwarebasierten Handlungsanleitungen nun bei Crowd Work Plattformen?

Mithilfe von softwarebasierten Algorithmen können Plattformen starke Kontrolle auf Crowd Worker ausüben, indem sie die Arbeitsprozesse algorithmisch und damit automatisiert steuern. Dafür sind zwei Dinge notwendig:

1. Die Plattformen brauchen Daten, die maschinenlesbar sind. Das können unterschiedliche Daten sein, Performance-Daten wie sie die Reputations- und Feedbackmechanismen liefern, Bewegungsdaten, Tastenschläge, Screenshots und ähnliches mehr.
2. Die Plattformen müssen diese Daten durch den Algorithmus auswerten und eine Entscheidung damit treffen können. Denn es gehört zur Grundvoraussetzung eines Algorithmus, dass am Ende einer Berechnung eine Entscheidung steht (Finitheit).

Crowd Work Plattformen haben diese Daten und die entsprechenden Algorithmen, so dass eine schnelle Abfrage der Performance von Crowd

313 Liste von Algorithmen abrufbar unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Algorithmen, abgerufen am 11.05.2020.
314 *Brynjolffson/McAfee*, Second Machine Age, S. 75 f.
315 *Martini*, JZ 2018, S. 1017–1025 (1018).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Workern möglich ist. Welche Arten von Aufgaben bewältigen die einzelnen Crowd Worker, wann, wie gut und noch unzählig viel mehr Daten sind den Plattformen bekannt. Dies ermöglicht es ihnen mit vergleichsweise wenig Personal eine enorme Menge Menschen zu steuern und ihnen die Aufgaben mit dem Wissen aus diesen Daten zu verteilen. Überträgt man dies auf die Welt der Arbeitsverhältnisse wird deutlich, dass Algorithmen Bewertungen durch Vorgesetzte ersetzen und so ein „algorithmisches Management" aufbauen, das aus bestimmten Ratings automatische Konsequenzen zieht, ohne die Gründe zu prüfen.[316] Damit wird ein komplexes soziales Verhältnis wie das Arbeitsverhältnis auf wenige Kennzahlen, bzw. Daten reduziert, die automatisiert Schlussfolgerungen treffen ohne eine Möglichkeit einer Überprüfung. Nicht alles ist in Algorithmen umsetzbar und so ergibt sich ein Kontextverlust, der zu Irrtümern und Fehlentscheidungen führen kann.[317] Der „Sachautorität des Computers"[318] ist dann nur noch wenig entgegenzusetzen, denn einen Beschwerdekanal gibt es kaum.[319] Neben Kontextverlust und Irrtumsrisiko besteht das Problem einer „Durchleuchtung" des Einzelnen samt seiner persönlichen Beziehungen bzw. einer Totalkontrolle seines Arbeitsverhaltens. Das Problem hat noch eine größere Tragweite, denn ein Algorithmus kann nur berücksichtigen, wofür er programmiert wurde, bestenfalls, was er dazugelernt hat, wenn es ein „lernender" Algorithmus ist. Aber dem Grunde nach kennt er keine Auslegung, keine Interpretation oder Abweichungen, die im Grunde ebenfalls zu einem verwertbaren Ergebnis führen können. Die sprichwörtlichen vielen Wege, die nach Rom führen, müsste ein Algorithmus alle kennen, um auch nach Rom zu finden – und kennt er einen nicht und wir sind trotzdem in Rom, würde der Algorithmus verneinen, dass wir dort sind. Auf diese Weise können digitale und soziale Realität stark auseinanderfallen.

In der Welt der Crowd Work Plattformen kommt es damit zu einer technischen Herrschaft über die Crowd Worker, weil Algorithmen nun mal nicht verhandeln oder dem Grundsatz „audiatur et altera pars"[320] Beachtung schenken. Ungerechtfertigte Deaktivierungen von Plattformen,

316 *Schmidt*, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie, FES Oktober 2016, S. 11.
317 *Däubler*, Gläserne Belegschaften, S. 55.
318 *Däubler*, Gläserne Belegschaften, S. 55.
319 *Heiland* in Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 233–252 (240).
320 „Auch die andere Seite möge gehört werden", Grundsatz aus dem römischen Recht.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

unbegründete Ablehnung von Aufträgen haben eine neue Redewendung hervorgebracht: „*fired by algorithm*".[321]

5. Weitere Effekte und Gegebenheiten auf Plattformen

a) Netzwerk- und Skalierungseffekte

Ein weiterer Effekt von dem Plattformen stärker profitieren können als andere wirtschaftliche Einheiten, ist, der Netzwerkeffekt. Das gilt für alle Arten von Plattformen und damit auch für Crowd Work Plattformen. Der Netzwerkeffekt beschreibt, wie der Nutzen einer Plattform mit jedem weiteren User für jeden dieser User steigt.

Netzwerkeffekte sind relativ neue wirtschaftliche Phänomene, da sie mit der technologischen Innovation einhergingen.[322] Im Industriezeitalter entstanden durch *angebotsseitige Skaleneffekte* gigantische Monopole: Größenvorteile ergaben sich aus effizienterer Produktion, denn mit dem Anstieg der Anzahl der Produkte sanken die Stückkosten pro Produkt.[323] Dieser Effekt bescherte den so organisierten Unternehmen ein kontinuierliches Wachstum. In der virtuellen Welt verhält es sich anders mit den Wachstumseffekten. Dort sind es die *nachfrageseitigen Skaleneffekte*, die ein Unternehmen in Gestalt bspw. einer Plattform, wachsen lassen. Diese ziehen ihren Nutzen aus technologischen Verbesserungen auf der Nachfrageseite.[324] Das heißt, soziale Netzwerke, Nachfragebündelung, bedienungsfreundliche Anwendungen durch Apps und im Grunde die Senkung der Transaktionskosten im Allgemeinen, machen Plattformen für viele User attraktiv. Der nachfrageseitige Skaleneffekt triggert sozusagen positive Netzwerkeffekte; das lässt sich gut mit dem Metcalfe'schen Gesetz beschreiben.

Robert Metcalfe wies darauf hin, dass der Nutzen eines Telefonnetzes mit zunehmender Anzahl der Anschlüsse nichtlinear steigt, weil es mehr Verbindungen unter den Teilnehmer/innen ermöglicht.[325] Für Crowd Work

---

321 *Hill*, Die Start-up Illusion, S. 14; interessant ist hier folgender Bericht: *Dzieza*, The rating game, verfügbar unter: https://www.theverge.com/2015/10/28/9625968/rating-system-on-demand-economy-uber-olive-garden, abgerufen am 11.05.2020.

322 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 29.

323 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 29.

324 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 30.

325 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 31.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Plattformen bedeutet das, je mehr Crowd Worker sich anmelden, desto attraktiver ist die Plattform für ein crowdsourcendes Unternehmen, weil so die Wahrscheinlichkeit steigt, den eigenen Bedarf decken zu können. Vorausgesetzt, dass sich die Aufgabe für Crowd Work eignet. Je mehr Crowdsourcer die Plattform nutzen, desto eher werden auch andere Unternehmen prüfen, inwieweit Crowd Work in ihre Wertschöpfungskette integriert werden kann. Somit begünstigt der Netzwerkeffekt das Wachstum auf Angebots- und Nachfrageseite (zweiseitige Netzwerkeffekte). Dieses Wachstum zeigt aber auch Tendenzen zur Monopolbildung auf die hier nur hingewiesen wird und die in ihren Auswirkungen eine Vielzahl von Problemen mit sich bringen können.[326]

Netzwerkeffekte können positive und negative Folgen haben:

Positive Folgen des Netzwerkeffekts sind, dass alle Beteiligten ihre Bedarfe befriedigen können. Crowd Worker finden Arbeit, Crowdsourcer erhalten Lösungen, Plattformen sind dazwischengeschaltet und koordinieren das Geschehen auf beiden Seiten.

Negative Netzwerkeffekte hingegen sind solche, bei denen die Angebot- und/oder Nachfrageseite auf Dauer keine positive Übereinstimmung findet. Hat clickworker zu viele nachfragende Unternehmen, die den Dienst in Anspruch nehmen wollen, aber eine zu kleine oder nicht ausreichend gute Crowd, ziehen sich crowdsourcende Unternehmen zurück. Werden umgekehrt Crowd Worker unfair behandelt, schlecht oder gar nicht bezahlt, ist es vor allem eine Frage nach besseren Alternativen, ob sie sich zurückziehen können.

Die Tatsache, dass sie sich auf der Plattform eine Reputation erarbeitet haben, bindet Crowd Worker grundsätzlich an die Plattform. Je stärker Crowd Worker auf eine Plattform angewiesen sind, desto mehr werden sie hinnehmen, um dort weiterhin ihrer Tätigkeit nachgehen zu können. Um einem negativen Netzwerkeffekt zu entgehen, muss die Plattform ein effektives System der „Kuratierung" etablieren. Diese „Kuratierung" meint, dass die Plattform filtern, steuern und notfalls den Zugang zu einer Plattform beschränken muss, damit negative Aktivitäten unterbleiben können.[327]

Damit eine Plattform auf Dauer Erfolg hat, muss sie im Grunde beide Seiten bedienen. Denn eine Plattform, die mittels des Netzwerkeffekts expandiert, wächst anders als beispielsweise ein betrieblich organisiertes produzierendes Unternehmen. Der unternehmerische Fokus wird von innen

326 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 48 zu Problemen des Monopols.
327 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 37.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nach außen gekehrt, denn außerhalb des Unternehmens sind die Wachstumsfaktoren.[328] Beim Personalmanagement geht es nicht mehr „nur" um die Belegschaft im Betrieb (wie auch immer diese rechtlich verbunden ist), es geht um die Steuerung der Crowd.[329] Der Schwerpunkt ihrer Wertschöpfung verschiebt sich von der internen Produktabteilung zu einer Auswahl externer Anbieter (hier: Crowd) und Nachfrager (hier: Crowdsourcer).[330] Das verdeutlichen die wertvollsten Unternehmen unserer Zeit: Airbnb, Uber, Upwork, Google sind wegen ihrer User Communitys wertvoll. Das Netzwerk Instagram, das zu Facebook gehört, wurde nicht für 19 Milliarden US-Dollar verkauft, weil es 50 kluge Angestellte (auch wenn diese sicherlich sehr wertvoll sind) und schöne Büros hatte; dieser Betrag spiegelte den Wert der Community wider.[331] Das Eigentum an einer Plattform ist somit das Eigentum an einer Software (2 Milliarden Zeichen Code bei Google) und bis zu einem gewissen Teil auch an Hardware wie beispielsweise Server und Rechenzentren.[332] Wobei hier darauf hinzuweisen ist, dass Rechnerkapazitäten unproblematisch als Cloud-Dienste in Anspruch genommen werden können und insofern das Eigentum der meisten Plattform sich tatsächlich auf die Software fokussiert.

b) Daten und Tracking

Es ist umfassend unter dem Punkt „Plattformökonomie und Marktwirtschaft" (§ 2 C. IV. 2.) sowie unter dem Punkt „Algorithmisches Management" (§ 2 C. IV. 5.) erläutert worden, wie sich Plattformen in unterschiedlichem Ausmaß der Gewinnung, Auswertung und Monetarisierung von Daten zuwenden.

Gerade in Bezug auf Crowd Work Plattformen entstehen Daten dadurch, dass die Crowd Worker „im Internet" arbeiten; dieser Informationsraum wird zu einem „*Raum der Produktion*" in dem Ausmaß wie Arbeitsgegenstand und -mittel digitalisiert werden.[333] Diese Daten erlauben Rückschlüsse auf die Arbeit, den Produktionsprozess und über die Leistung der arbeitenden Menschen. Selbst wenn diese Daten anonymisiert werden,

328 *Schössler*, Plattformökonomie, FES 2018, S. 4.
329 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 43.
330 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 43.
331 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 42.
332 *Srnicek*, Plattformkapitalismus, S. 51.
333 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 17.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

die schiere Menge, ihre Aktualität und die Möglichkeit der Zuordnung lassen Rückschlüsse auf das Nutzerverhalten zu.[334] Diese Ansammlung von Daten trifft jede Art von Arbeit, gleich, ob sie im betrieblich verfassten Kontext oder außerhalb eines Betriebes stattfindet.[335] Crowd Worker produzieren eine Vielzahl von Daten, die den Plattformen kleinteilige Einblicke über die Arbeitsprozesse, die Leistung und evtl. sogar über die heimischen Arbeitsgeräte ermöglichen. Im Rahmen von Big Data Auswertungen können Plattformen aus unterschiedlichsten Daten Schlüsse ziehen und Analysen vornehmen. Die gewonnenen Informationen dienen der Steuerung (s.o.) sowie Optimierung der Arbeits- und Wertschöpfungsprozesse.[336] Darüber hinaus landen aber noch sehr viel mehr Daten bei der Plattform. Mittels Tracking-Cookies wird Plattformen eine fortlaufende Aufzeichnung des Nutzerverhaltens ermöglicht, aus der sie wieder Rückschlüsse ziehen kann. Ähnlich wie Google ein Imperium damit aufgebaut hat, dass es Tracking-Cookies verwendet und entsprechend monetarisiert, gehört es zum Kapital von Crowd Work Plattformen, dass detailliertes Wissen über die Arbeitsweise ihrer Crowd, ihre präferierten Aufträge, ihre Gewissenhaftigkeit und Performance bekannt ist.[337] Gerade auch, wenn Plattformen mit Apps arbeiten und eine GPS Verbindung verlangen, lassen sich auch höchstpersönliche Bewegungsmuster ableiten. *Schmidt* konstatiert, dass im gleichen Umfang wie die Reputation zum Arbeitszeugnis wird, wird das Tracking zur automatisierten, vollumfassenden Erwerbsbiographie.[338]

d) Narrative der Plattformökonomie

Prassl bespricht in seinem Buch „*Humans as a service*" ein Kapitel über die Narrative der „*Gig Economy*".[339] Tatsächlich ist das ein Thema, was die Verfasserin in der juristischen Diskussion hierzulande vermisst. Daher wird an dieser Stelle darauf eingegangen.

Zunächst zum Wort selbst: In der Online-Enzyklopädie Wikipedia heißt es, ein Narrativ sei eine sinnstiftende Erzählung, die Einfluss auf die

334 *Schössler*, Plattformökonomie, FES 2018, S. 12.
335 Allgemein: *Däubler*, Gläserne Belegschaften, Bund Verlag 2019.
336 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 17.
337 *Schmidt*, Arbeitsmärkte Plattformökonomie, FES 2016, S. 12.
338 *Schmidt*, Arbeitsmärkte Plattformökonomie, FES 2016, S. 12.
339 *Prassl*, Humans as a service, Kap. 2, S. 31–50.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Art hat, wie die Umwelt wahrgenommen wird.[340] Das trifft auf die Plattformökonomie insoweit zu, als zu beobachten ist, dass mit ihrem Aufkommen verschiedene Erzählungen verbunden sind. Einige der Narrative werden im 2. Teil der Arbeit juristisch bewertet und finden hier Erwähnung als sie sich in ein größeres Bild der Plattformökonomie einbetten. *Prassl* macht drei Narrative aus.[341]

aa) Das Regulierungsnarrativ oder „Die alten Regeln passen nicht"

Eine Erzählung, die in der Plattformökonomie gerne bedient wird, ist, dass viele alte Regeln auf die neuen, disruptiven Geschäftsmodelle nicht passen, bzw. Regulierung die Innovation behindere. Vorreiterin dieses Narrativs ist die Plattform UBER. Dies führte sogar so weit, dass sie nicht als Transportunternehmen gesehen werden wollte und in einer Klage in Kalifornien/USA so argumentierte: Die Klage eines UBER Fahrers, Arbeitnehmer von UBER zu sein, wies die Plattform mit dem Argument zurück, sie stelle nur die Infrastruktur für das Matching. Sie seien ein technologisches und kein Taxi-Unternehmen. Diese Argumentation nahmen die Richter/innen des North California District Court nicht hin und begründeten so:

> *„Uber ist genauso ein „technologisches Unternehmen" wie YELLOW CAB* [Taxi-Unternehmen in den USA, Anm. d. Verfasserin] *eines ist, weil letzteres den Funkverkehr nutzt, um Taxis zuzuteilen…Es ist höchstwahrscheinlich, dass UBER ein Transport-Unternehmen ist, wenngleich ein technologisch Anspruchsvolles.".*[342]

Plattformen versuchen hier ein Narrativ zu etablieren: Wir sind Vermittlerinnen, wir sind technologische Unternehmen, keine Transportdienstleister. Damit entziehen sie sich auch einer möglichen Verantwortung als Arbeitgeber/innen. Hierbei ist die Frage interessant, ob Plattformen einen Markt tatsächlich „nur" organisieren oder ob sie die Dienstleistung selbst bereitstellen. Das ist sehr genau zu untersuchen, denn bei Restaurants

340 Wikipedia „Narrativ" abrufbar unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Narrativ_(Sozialwissenschaften), abgerufen am 11.05.2020.

341 *Prassl*, Humans as a service, S. 31 ff.

342 *Murray*, Taken for a Ride? Advocate General Szpunar's Opinion on Uber's Status, https://europeanlawblog.eu/2017/06/02/taken-for-a-ride-advocate-general-szpunars-opinion-on-ubers-status/, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

denkt man auch nicht als Vermittler von Gastdienstleistungen nach, wo Gäste als Nachfragende und Serviceleute und Köche/innen als Anbieter einer Dienstleistung zusammenkommen.[343]

Im Namen der technologischen Innovation sollen Regelungen, an die sich auch dynamische Start-ups halten müssten, außen vor bleiben – so heißt es von Seiten der Plattformvertreter/innen „experimentation first, regulation later."[344] Auch die Art und Weise der Regulierung wird infrage gestellt. Statt auf den demokratisch legitimierten Gesetzgeber zu setzen, meinen Plattformen, dass neuere Regulierungsmodelle greifen sollten, die vor allem auf Selbstverpflichtungen setzen.[345] Darauf wird im dritten Teil der Arbeit noch einmal eingegangen werden.

bb) Das Sharing-Narrativ

Viele Plattformen, die es ermöglichen, private Güter oder Dienstleistungen zu nutzen, sehen sich als Teilnehmer/innen der Sharing Economy.[346] Geht man von der dahinterstehenden Idee der *Sharing Economy* aus, so steht sie für eine Wirtschaftsordnung des Teilens. Viele möchten Gegenstände nicht mehr in ihrem Eigentum haben, sondern sie nach Bedarf verfügbar haben. Darin reihen sich die Debatten um eine Postwachstums-Gesellschaft ein, die Menschen durch bewussten Konsum, mehr Verantwortung für die Ressourcen unseres Planeten übertragen möchten.[347] Es bringt allerdings noch andere Dinge zum Vorschein, nämlich eine starke Kommerzialisierung des Privaten. Der Begriff selbst wird kritisiert, ein Euphemismus zu sein, der nur den Anschein des Teilens erwecken will, damit sich die dahinterstehenden Geschäftsmodelle besser vermarkten lassen können. Den Geschäftsmodellen Airbnb, Uber, Lyft oder upwork wird ein „*Turbokapitalismus*" vorgeworfen, der eine künstliche Wertschöpfung schafft.[348]

Viele Kritiker/innen konstatieren, dass der Akt des Teilens eigentlich nur unter einander bekannten Menschen stattfinden kann, die davon

---

343 *Tomassetti*, Does Uber redefine the firm?, Hofstra Labor & Employment Law Journal, 2017, S. 6.
344 *Prassl*, Humans as a service, S. 36.
345 *Prassl*, Humans as a service, S. 35.
346 *Sundararajan*, The Sharing Economy, MIT Press 2016.
347 *Jackson*, Wohlstand ohne Wachstum, Oekom Verlag 2011; *Mason*, Postkapitalismus, Suhrkamp Verlag 2018.
348 Statt vieler: *Scholz/Schneider*, Ours to hack an to own, OR Books 2017.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

keinen monetären Profit erwirtschaften wollen.[349] Wenn allerdings ein kommerzieller Markt um das Teilen entsteht, wo ein Gut wie Wohnraum gegen Geld ausgetauscht wird und wo Plattformen den Austausch ermöglichen, dann geht es nicht um das Teilen an sich. Es geht in dem Fall darum, den Zugang zu Gütern oder Dienstleistungen für eine bestimmte Zeit zu bekommen. Der soziale Akt des Teilens steht nicht im Vordergrund, sondern der wirtschaftliche Austausch.[350] Aus diesem Grund hat die Bezeichnung „sharing economy" international sehr viel Kritik erfahren. Eine Redakteurin der New York Times, *Natasha Singer*, erhebt Einwände gegen Begriffe wie „*sharing*", „*peer*" oder „*collaborative economy*", denn die Bezeichnung als solche behandle Transaktionen, die durch technische Entwicklung möglich werden, als seien sie altruistische oder gesellschaftlichdienliche Unternehmungen.[351] Ihre Kollegin *Sarah O'Connor* von der Financial Times pflichtet ihr bei und pointiert: „*…Was genau wird hier geteilt? Wer kollaboriert mit wem? Selbstständige auf Upwork teilen ihre Fähigkeiten mit der Welt nicht anders als ich meine mit der Financial Times.*"[352]

Der Soziologe *Heiland* entlarvt dieses Narrativ[353]: Es ist keine neue Kultur des Austausches, die die sog. *Sharing Economy* hervorbringe. Sie befördere hauptsächlich eine fortschreitende Vermarktlichung privater Ressourcen, denn „*eine Taxifahrt ist – auch und insbesondere wenn sie per Plattform vermittelt und von Solo-Selbstständigen ausgeführt wird – kein Austausch zwischen Freien und Gleichen.*"[354]

---

349 *Eckhardt/Bardhi*, Harvard Business Review 2015, *S.* 7, *Degryse*, Working Paper 2016.02 ETUI, S. 28 f.; *Schweighofer*, Wirtschaft und Gesellschaft 2016, S. 219–255 (220).

350 *Eckhardt/Bardhi*, Harvard Business Review 2015, S. 7; Prassl, Humans as a service, S. 42.

351 *Prassl*, Humans as a service, S. 43 zitiert *Singer*, NYT vom 8. August 2015, verfügbar unter: https://www.nytimes.com/2015/08/09/technology/twisting-words-to-make-sharing-apps-seem-selfless.html abgerufen am 11.05.2020.

352 *Prassl*, Humans as a service, S. 43 zitiert O'Connor, FT vom 14. Juni 2016, „The gig economy is neither 'sharing' nor 'collaborative'" verfügbar unter: https://www.ft.com/content/8273edfe-2c9f-11e6-a18d-a96ab29e3c95 abgerufen am 17.09.2019. Übersetzung d. Verf.; original: „*…What exactly is being shared here? Who is collaborating with whom? Freelancers on Upwork are no more sharing their skills with the world than I am sharing mine with the Financial Times.*"

353 *Heiland*, Indust. Bez. 2018, S. 129–139 (132).

354 *Heiland*, Indust. Bez. 2018, S. 129–139 (131).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

cc) Rebranding-Work-Narrativ

Eine weitere Besonderheit ist, wie Plattformunternehmen die arbeitenden Menschen bezeichnen.[355] Aus den Webseiten der Plattformen geht hervor, dass sie rechtliche Begriffe meiden. Sie sprechen nicht von Angestellten oder Arbeitnehmer/innen, weil sie ihrer Ansicht nach keine sind. Gleichzeitig müssen die Tätigkeiten und ihre Protagonisten irgendwie genannt werden. Daher finden sich die Arbeitenden in Bezeichnungen wie „Helplinge", „Professionals", „Tasker", „Experts", WorkGenius, Digital Workforce, „Rider", Clickworker, Gurus, Roamler oder auf Taskrabbit tatsächlich als „Rabbits"[356] wieder. Das Transportunternehmen Lyft benennt seinen Service so: „*Lyft* is your *friend* with a car, whenever you need one."[357]

Hier fahren demzufolge Freund/innen andere Freund/innen durch die Gegend. Es ist nicht etwa ein Fahrer, der Kund/innen irgendwohin fährt; das hat zur Folge, dass Arbeit in eine bloße Gefälligkeit umgedeutet wird. Das kenne ja jeder und dagegen könne man auch nichts haben – so soll ein bestimmtes Bild etabliert und in weiterer Konsequenz verschleiert werden, dass eines der Hauptprodukte der Plattformökonomie Arbeit ist.[358] Das ist ein Versuch, die Realität durch eine bestimmte Sprache zu beeinflussen. Dies beschäftigt viele Wissenschaften, als Begriff der *Performativität* in der Philosophie[359] und als *Sapir-Whorf-Hypothese* in der Linguistik.[360] Danach werde die Denkweise eines Menschen über seine Umwelt, stark durch Grammatik und Wortschatz beeinflusst. Wie wir über einen Sachverhalt sprechen, wie wir die Protagonisten bezeichnen, ist für die juristische Einordnung relevant. Sind die Menschen Arbeitnehmer/innen, unterfallen sie komplett dem Arbeitsrecht. Sind sie arbeitnehmerähnliche Personen, unterfallen sie einem Teil arbeitsrechtlicher Regelungen und handelt es sich bei ihnen tatsächlich um Selbstständige, sind Rechte und Pflichten im

355 Folgende Überlegungen sind hier entnommen: *Schneider-Dörr*, HBS Paper Nr. 116, Februar 2019, S. 35.

356 So wurde es in der Vergangenheit gehandhabt, mittlerweile werden die arbeitenden Leute „Tasker" genannt (www.taskrabbit.de).

357 https://www.lyft.com/ abgerufen am 11.05.2020; als Beispiel aufgeführt bei *Prassl*, Humans as a Service, S. 42.

358 *Prassl*, Humans as a Service, S. 42 „the gig economy's first, and foremost, product is work."

359 Zur Performativität: https://de.wikipedia.org/wiki/PerformativitProzentC3ProzentA4t, abgerufen am 11.05.2020.

360 Zur Sapir-Whorf-Hypothese: https://de.wikipedia.org/wiki/Sapir-Whorf-Hypothese, abgerufen am 11.05.2020.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Privat-, bzw. Wirtschaftsrecht verortet. Zwar setzt sich das Recht über bloße Scheinbezeichnungen hinweg, wenn sie nur dazu dienen, die wahren Verhältnisse zu verschleiern, aber die Begriffe sind zunächst einmal da, so dass das Recht die Hürde nehmen muss, sie zu entschleiern.

Darauf wird im zweiten Teil eingegangen werden. Es drängt sich die Vermutung auf, dass die Bezeichnungen den Zweck haben, Rechtsbeziehungen möglichst lose erscheinen zu lassen. Zwar spielt sicherlich auch Marketing eine Rolle, sowie der Wunsch eine gemeinsame Identität der Crowd Worker zu schaffen. Dies erkennt man auch bei großen Automobilfirmen wie Opel oder Daimler, wo sich die Belegschaften „*Opelaner*" nennen oder Menschen einfach „*beim Daimler schaffen*". Im Unterschied zu den Plattformen kommen diese Bezeichnungen allerdings von den Arbeitenden selbst und es geschieht nicht, um Arbeitsverhältnisse zu verschleiern, sondern, um die Zugehörigkeit zu ihrer Organisation zu unterstreichen. Im Übrigen besteht dadurch kein Zweifel, dass es sich um Arbeitnehmer/innen handelt – mag ihr Anstellungsverhältnis von Zeit zu Zeit auch unsicher sein.

Wo es „keine" Arbeitnehmer/innen gibt, gibt es auch keine Lohnkosten, Sozialversicherungen und weitere Verpflichtungen als Arbeitsgeber/in einzuhalten. Freilich ist dies eine These, aber sie erhärtet sich durch die normative Kraft des Faktischen: Plattformen nennen die Leute eben nicht ihre Mitarbeiter, Beschäftigten oder Arbeitnehmer/innen. *Prassl* bringt es abermals auf den Punkt, wenn es bei ihm heißt: *„Der Schlüssel liegt darin zu erkennen, dass on-demand gigs, tasks, rides und ‚Human Intelligence Tasks' (HITs) Arbeit sind – und daher als solche reguliert werden sollten."*[361]

e) Informationsasymmetrien[362]

Jedes Plattformunternehmen ist auf den Austausch von Informationen ausgelegt.[363] Bei Crowd Work Plattformen ist dies in mehrfacher Hinsicht relevant: Vor Erbringung der Arbeitsleistung informieren sich Crowd Worker in den Arbeitsbeschreibungen über die Art der zu erbringenden

361 *Prassl*, Humans as a Service, S. 93, original: "The key lies in recognizing that on-demand gigs, tasks, rides, and Human Intelligence Tasks (HITs) are work – and should be regulated as such."

362 Folgender Abschnitt: *Schneider-Dörr*, HBS Working Paper Nr. 116, Feb. 2019, S. 41.

363 *Parker et. al.*, Plattform-Revolution, S. 46.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Arbeitsleistung, aber auch die anschließende Erbringung der Arbeitsleistung ist ein Informationsaustausch. In dem Dreiecksverhältnis Crowdsourcer, Crowd Worker und Plattform laufen nur bei den Plattformen alle Informationen zusammen. Betrachtet man dies funktional aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht, wird man sagen können, dass Asymmetrien im Geschäftsmodell angelegt sind. Intermediäre wollen mit der Vermittlung Geld verdienen.[364] Es kann nicht überbetont werden, dass die Plattform nur erfolgreich ist, wenn sie eine erfolgreiche Interaktion schafft.

Dies erfüllt sie, indem sie auf Algorithmen aufbauende Softwaretools einrichtet, die ein erfolgreiches Matching wahrscheinlicher machen. Die Monetarisierung läuft dann entweder über Werbung oder in Form einer Vermittlungsgebühr, wenn Dienstleistungen erfolgreich erbracht wurden.[365] Damit liefern Informationasymmetrien einen wichtigen Aspekt in der Plattformarchitektur: Sie filtern die für alle Beteiligten relevanten Informationen. Ein solcher Filter ermöglicht, dass Usern Informationen präsentiert werden, die relevant sind.[366] Gelingt dies nicht, werden die User mit unwichtigen Informationen behelligt und wenden sich schlimmstenfalls von der Plattform ab. Im Grunde ist es bekannt: Eine Suchanfrage bei der Suchmaschine Google zeigt, wie wichtig ein gut programmierter Algorithmus ist, damit die Menschen schnell das finden, was sie suchen, allerdings auch alles andere ausgeblendet wird, was den Algorithmus nicht trifft. Diese Informationsasymmetrien sind gewollt, weil Plattformen ihre Präferenzen auf dem Markt nicht immer offenlegen wollen.[367]

Die wesentlichste Informationsasymmetrie wird jedoch über das Interface, bzw. die App der Plattform etabliert. Crowd Worker können ihrer Tätigkeit nur auf dem Interface oder auf der App der Plattform nachgehen. Es besteht keine Möglichkeit, sich die Aufgaben auf den Computer/Smartphone/Tablet etc. zu ziehen und sie nach Bearbeitung hochzuladen. Die Plattform ist damit der einzige Kanal auf dem Crowd Worker ihrer Arbeit als eben solche überhaupt nachgehen können. Damit können sie aber faktisch auch keine eigenständigen Entscheidungen treffen außerhalb derer, die im Plattformdesign vorgesehen sind.

Das sind auch die Gründe, warum Plattformen teilweise eine direkte Verbindung zwischen Auftraggebern und Crowd Workern nicht ermöglichen: Sobald sie miteinander kommunizieren verfügen beide Seiten über

364 *Clement/Schreiber*, Internetökonomie, S. 264 ff.
365 *Parker et. al*., Plattform-Revolution, S. 123 f.
366 *Parker et. al*., Plattform-Revolution, S. 50.
367 *Mayer-Schönberger/Ramge*, Das Digital, S. 86.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Wissen, das die Plattform nicht steuern kann.[368] Die Gefahr, dabei ihre Position zu schwächen, ist zu groß, so dass sie eine Kommunikation von vorneherein nicht ermöglichen oder gar verbieten.

So sieht die Designplattform 99designs eine Exklusivität ihrer Dienste vor, d.h. Auftraggeber und Designer/in dürfen im Falle eines Matchings für 24 Monate keine weitere Zusammenarbeit anstreben außer über die Plattform. Davon kann man sich nur mit einer Opt-Out-Gebühr freikaufen; entweder es werden 2.500 US-Dollar oder 15 Prozent des vereinbarten Preises bezahlt.[369]

Darüber hinaus erbringen Crowd Worker bei Microtask-Plattformen die tatsächliche Leistung auch auf dem Plattform-Interface. Sie haben vorgegebene Masken, um ihre Texte zu schreiben, sie haben vorgegebene Buttons, um ihre Arbeit hochzuladen bzw. abzuschicken, sie bewegen sich durch ein komplett vorgegebenes Ökosystem.

Ein weiterer Punkt hängt mit dem erläuterten „algorithmischen Management" zusammen. In vielen Fällen ist für Crowd Worker nicht ersichtlich, warum sie manche Arbeitsmöglichkeiten angezeigt bekommen oder nicht.[370] Zwar können Qualifizierungen und Reputation Anhaltspunkte sein, warum Crowd Worker bestimmte Aufgaben angezeigt bekommen, aber es ist nicht transparent, welche Daten von ihnen in diese Entscheidung fließen und wie der Algorithmus anhand dieser Daten zu dem Ergebnis kommt, ihnen Aufgaben zuzuweisen oder nicht.[371]

V. Zusammenfassung des 1. Teils und Ausblick auf den 2. Teil

1. Zusammenfassung des 1. Teils

Hauptaufgabe des ersten Teiles dieser Arbeit, war es, Crowd Work und das Umfeld umfassend zu kartographieren. Ähnlich wie eine Landkarte, die als räumlicher Ausschnitt zwar einen Ort zeigen kann, wo aber erst aus dem Zusammenhang klar wird, in welcher sonstigen Beziehung der Ort zu seiner Umgebung steht. Aus diesem Grund war das dem Untersuchungsge-

368 *Mayer-Schönberger/Ramge*, Das Digital, S. 51, 86.
369 So Nr. 4 der Nutzungsbedingungen von 99designs, abrufbar unter: https://99designs.de/legal/terms-of-use abgerufen am 11.05.2020.
370 *Heiland* in: Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 233–252 (244).
371 *Heiland* in Houben/Prietl (Hrsg.), Datengesellschaft, transcript 2018, S. 233–252 (244).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

genstand Crowd Work zugrundeliegende **Prinzip des Crowdsourcings** (§ **2 A.**) zu erläutern.

Crowdsourcing wiederum kennt einige Nebenschauplätze, die leicht mit Crowd Work in Verbindung gebracht werden können, da auch dort „gearbeitet" wird, aber eben nicht vermittelt über eine kommerzielle Plattform und eben auch nicht immer zum Lohnerwerb.

Gerade die **Open Source Bewegung, Open Innovation** und der **user-generated content** werden von starker intrinsischer Motivation begleitet – je nachdem spielt die **Weisheit der Vielen** eine wichtige Rolle. Eine klare Abgrenzung verringert hier die Verwechslungsgefahr, so sprechen wir bei Projekten wie Wikipedia oder Linux nicht von Crowd Work, sondern von Open Source, die aber den Crowdsourcing Prinzipien sehr nahe stehen.

Unter § **2 B.** erfolgt eine Definition dessen, wie Crowd Work in dieser Arbeit verstanden wird. Danach gibt es einen **offenen Aufruf zur Durchführung von Aufgaben**, die **Crowd Worker wählen aus, ob sie teilnehmen möchten**. Das Ganze findet auf einer **Plattform im Internet** (intern oder extern) statt. Die Mitwirkung und Zielerreichung der Crowd Worker werden **finanziell entlohnt**. Crowd Worker tragen **durch Crowd Work zu ihrem Lebensunterhalt** bei, sei es durch Voll- oder Teilzeitbeschäftigung.[372]

Welche Arten von Crowd Work es gibt, ist am besten über die **Plattformen** selbst zu erforschen, wie dies in den genannten Studien geschehen ist. Crowd Work findet danach meist auf **Microtask-, Marktplatz-, Design-, Testing- und Innovationsplattformen** statt (§ **2 C. I.**). In der anschließenden Untersuchung ging es vor allem darum, **wie verbreitet Crowd Work** ist – zum einen aus Unternehmenssicht (§ **2 C II.**), zum anderen aus Sicht der Crowd Worker (§ **2 C III.**). Das Phänomen Crowd Work hat das breite Feld der Arbeitsmarktforschung schnell erobert, so dass sehr viele Studien hierzu erschienen sind. Hier wurden die aus Sicht der Verfasserin **wichtigsten Studien** dargestellt. Dies auch vor dem Hintergrund, dass das Recht nicht im leeren, unbekannten Raum wirkt, sondern rechtliche Überlegungen eine empirische Brücke in die gelebte, soziale Wirklichkeit schlagen. Hier leistet die Arbeit auch ein Stück Aufbereitung für die weitere Befassung von Rechtswissenschaftler/innen mit dem Thema – denn die Studien sind v.a. aus Sicht von Wirtschaftsinformatiker/innen, Soziolog/innen und Arbeitsmarktforscher/innen verfasst. Das sind Gebiete, die Rechtswissenschaftler/innen nicht automatisch begehen, um sich dem Thema zu nähern; wenn es aber aufbereitet wird, verdeut-

372 *Durward/Blohm/Leimeister*, Bus Inf Syst Eng 2016, S. 1.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

lichen sich die juristischen Probleme. Was die Verbreitung von Crowd Work angeht, können auch viele Studien keine klaren Zahlen liefern.

Das liegt v.a. auch an dem jungen Phänomen Crowd Work. Die Nachteile, die Crowd Worker nennen, sind national wie international ähnlich. Daran schließt unter **§ 2 C. IV.** das Kapitel über **die Plattformökonomie** an.

Hier geht es darum, in der Tiefe zu verstehen, dass ein Ökosystem geschaffen wird, das Steuerung und Kontrolle nicht mittels des Direktionsrechts eines Arbeitsverhältnisses implementiert, sondern, dass Technologie hier Führungsfunktion erlangt. Wie dieses Kapitel zeigt, müssen Plattformen, um zu funktionieren, bestimmte Mechanismen einführen (Steuerung, Kontrolle, Datenerhebung, Tracking, Informationsasymmetrien). Das ist Teil ihrer DNA, da sonst das Geschäftsmodell nicht funktioniert. Das mag man als Gegebenheit hinnehmen, aber möglicherweise sind diese Gegebenheiten rechtlich relevant. Das ist im 2. Teil zu prüfen.

2. Ausblick auf den 2. Teil – Herausforderungen, die aus Crowd Work erwachsen können

Die Verbreitungszahlen von Crowd Work möchten auf den ersten Blick Entwarnung geben: Wir scheinen weit entfernt von einer „Crowd Work Republik". Allerdings sind hierbei mehrere Dinge in die Gesamtanalyse einzubeziehen. Zum einen die Relevanz der Digitalwirtschaft.[373] Digitalwirtschaft meint im Grunde alle Unternehmen, die auf IKT, Daten und Internet setzen: Dieser Bereich geht quer durch alle traditionellen Sektoren der Produktion, Dienstleistungen, Verkehr, Telekommunikation; damit ist der Bereich viel relevanter als es den Anschein macht und außerdem treibende Kraft in einem eher stagnierenden wirtschaftlichen Umfeld.[374]

Zum anderen der geringe Ballast, den Plattformen haben und der sie sehr schnell wachsen lässt. Plattformen wachsen anders als physisch verfasste Unternehmen (Netzwerkeffekte, Skaleneffekte, etc.). Ebenfalls nicht außer Acht zu lassen ist, unser vorherrschendes System der Marktwirtschaft. Es funktioniert nur für jene, die ständig ihre Verwertungsmöglichkeiten ausweiten.[375]

---

373 Zum Begriff: *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 10.
374 *Srnicek*, Plattform-Kapitalismus, S. 10.
375 *Vogl*, Crowdsourcing, S. 22.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Deshalb ist es wichtig, den Informationsraum des Internets als Produktionsraum zu erfassen und erfolgreich in die Wertschöpfung zu integrieren. Wenn viele Unternehmen mit diesem Beispiel vorangehen, dann wird aus einem statistisch kaum erfassten Problem, durchaus ein Problem.

Es gibt bereits Überlegungen bei VW die zahlreichen Autohäuser zu dezimieren und den Verkauf über Online-Plattformen zu ermöglichen.[376] Etwas weiter gedacht, könnten Plattformen dann an Relevanz gewinnen, wenn Teile einer Arbeitsorganisation auf sie verlagert werden können. So könnten auch Servicemitarbeiter an der Kasse im Einzelhandel über eine Plattform organisiert werden. Die Schicht an der Kasse wäre dann eine punktuelle Leistung, Übung und Schulung erfolgen über eine App und auch sonst ist die geschuldete Leistung genauestens beschrieben. Das gibt es nicht, aber wir wissen nicht, wie sich Plattformen etablieren werden und wir wissen auch nicht, ob sie zu einer Ausdünnung von Betrieben führen werden.

Das hier soll keine Empörungsrede gegen Plattformen werden, deshalb muss man sich auch ansehen, wie Crowd Worker ihre Arbeit empfinden. Worin liegen die Herausforderungen, wenn die Protagonisten keine größeren Probleme bei ihrer eigenen Arbeit sehen, die Plattformen nicht nur den Ruf von Ausbeutern haben, sondern sich teils aufrichtig um ihre Crowd bemühen, wenn ihre Kontrollen nicht als unangemessen bewertet werden und die Gewerkschaften nicht so erwünscht sind, wie sie es gern wären?[377] Seitdem mit der Zunahme von Crowd Work Verhältnisse wie zu Zeiten der Industrialisierung beschworen wurden, gab es auch gegenteilige Auffassungen. Vielerorts werden die stabilen Normalarbeitsverhältnisse gelobt. Die Zahl der Selbstständigen sei rückläufig, der deutsche Clickworker mithin eine Mär.[378] Die Bertelsmann Studie zu Plattformarbeit geht noch weiter und sagt:

376 *Slavik*, VW leitet das Ende des Autohauses ein, Süddeutsche Zeitung online, 16.10.2018, https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/automobilindustrie-vw-leitet-das-ende-des-autohauses-ein-1.4172096, abgerufen am 12.05.2020.

377 Hierzu: *Schwemmle*, AiB-extra September 2015, S. 35–39 (38) zitiert eine Sprecherin von Turkernation (einem Forum der Crowd Worker bei AMT): „Turker Nation ist eine starke Gemeinschaft und wir können unsere eigenen Schlachten schlagen."

378 *Astheimer*, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 02. Juli 2016, Die Mär vom Clickworker.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

> *„Plattformarbeit in Deutschland ist … mitnichten ein Bereich pauschal prekär arbeitender Clickworker, sondern vielmehr ein Arbeitsbereich, der zugleich viele Chancen für den Einzelnen, aber auch Risiken mit sich bringt. Die öffentliche Debatte sollte sich von den empirisch nicht bestätigten Bildern im Kopf verabschieden, die bisher den Plattformarbeiter generalisierend als in die Scheinselbstständigkeit getriebenes Mitglied des Digitalproletariats gesehen hat. Plattformen, seien es Airbnb, Amazon Mechanical Turk oder Freelancer.com, bieten Menschen zunehmend eine Chance, hybrid arbeiten zu können und damit Interessen und eigene Vorstellungen von Arbeitszeitgestaltung und Einkommenserwerb umsetzen zu können, die den traditionellen Arbeitsmarktteilnehmern vielleicht fremd erscheinen mögen, die aber dem Wunsch nach Flexibilität und Freiheit dieser Menschen entgegenkommt.“*[379]

Das greift m.E. zu kurz. Selbst wenn wir von den konservativsten Schätzungen ausgehen, die etwa 1 Million Menschen in Crowd und Gig Work sehen, dann sind diese Menschen nach dem Selbstbild der Plattformen alle Selbstständige. Für den Bestands- und Existenzschutz bedeutet dies, dass sie auf sich alleine gestellt sind, also keine verpflichtende Sozialversicherung haben und auch sonst wenig Handhabe sich gegen Rausschmisse zu wehren, denn Kündigungsschutz oder ähnliche Schutzrechte, greifen für sie nicht.

Das kann für einige von ihnen völlig unproblematisch sein, wenn sie nachgefragte Fähigkeiten haben und sich den Schutz privat kaufen können oder in hybriden Beschäftigungsformen tätig sind, so dass ihnen durch eine andere Tätigkeit ausreichend Sozial- und Existenzschutz zugutekommt. Haben jedoch Hundertausende Menschen keinen oder einen kaum leistbaren, weil zu teuren Zugang zur Sozialversicherung oder zu einer Art Existenz- oder Bestandsschutz, den sie wegen eines niedrigen Einkommens bräuchten, dann kann man sich nicht darauf zurückziehen, dass das Problem nicht flächendeckend sei. Denn Risiken wie Krankheit, Alter, Arbeitslosigkeit, Unfall, Wegfall von Aufträgen etc. sind keine privaten Probleme, es ist kein persönliches Pech oder allgemeines Lebensrisiko, das man irgendwie anders aufzufangen habe. Es ist ein solidarisches Problem. Wir kommen hier an einen Punkt, wo wir deutlich unterscheiden müssen zwischen Crowd Workern, die Schutz benötigen und solchen, die keinen benötigen. Hier für alle die Flexibilität und Freiheit zu besingen, ist ähnlich einseitig wie alles zu verteufeln und dem Niedergang aller

379 Bertelsmann Studie 2019, S. 7.

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Schutzrechte entgegenzusehen. Darum geht es nicht; statt hier die „Lager" gegeneinander auszuspielen, sollte vielleicht wirklich am Bedarf der arbeitenden Menschen nach Schutz gesucht werden, wo er gebraucht wird.

Das macht die Sache nicht einfacher, denn die Studien haben trotz mancher Dunkelheit auch etwas gezeigt: Es gibt nicht *den Crowd Worker.* Also gibt es auch nicht diese oder jene Schutzmöglichkeiten, die für alle Crowd Worker passen. Das muss es am Ende aber auch nicht sein; es geht vielmehr darum, die Arbeit auf Plattformen rechtlich zu erfassen. Die Verhältnisse abzubilden, um damit rechtlich umgehen zu können.

Die obigen Studien haben zwar gezeigt, dass Vieles nicht als Problem empfunden wird, aber es zeigt sich auch, dass es durchaus Lücken in der sozialen Sicherung gibt und Bewertungs- und Kontrollmechanismen implementiert werden, die die Crowd unangemessen binden können. Darüber hinaus muss man nicht in vage Futurologie entgleiten, um zu ahnen, dass die Plattformökonomie sich festigen wird. Sie kann sich zu einem bedeutenden Arbeitsmarkt entwickeln und über Arbeitsbedingungen muss man immer sprechen. Denn nur durch die Rückkopplung oder Feedback über die Verhältnisse entstehen Diskurse und durch Diskurs entsteht Recht – formell wie informell.[380]

380 Vgl. *Becker*, ZUM 2019, S. 636–648 (642).

https://doi.org/10.5771/9783748924548-21 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY