



Universität Hamburg  
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



# Crowdworking: Menetekel und empirische Evidenz

Talk am Fleet, 15.5.2019

SCHRAMM CROWDWORKING: MENETEKEL UND EMPIRISCHE EVIDENZ



# Gliederung

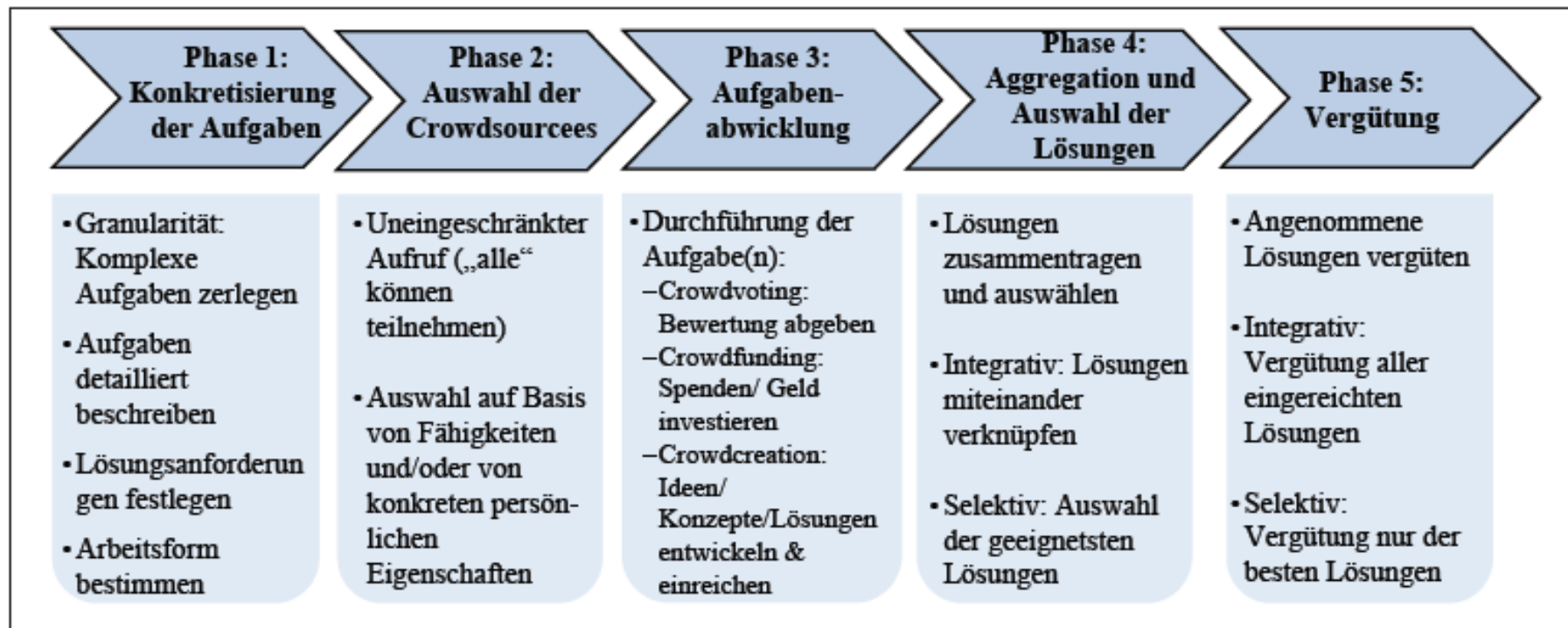
- Einführung
- Empirische Evidenz
- Diskussion

## Definition

*„Beim Crowdsourcing schlägt ein Crowdsourcer, der Unternehmung, Organisation, Gruppe oder Individuum sein kann, einer undefinierten Menge von potenziell Mitwirkenden (Crowdsourceses bzw. 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.“*

(Leimeister et al. 2013, 2016)

# Phasenmodell des Crowdsourcings (Leimeister 2013)





## Rolle der Plattformen

- Dienstleister für den Crowdsourcer, bspw. (Kuba/Mittler 2016):
  - Anwerbung von Arbeitskräften
  - Kommunikation mit den Akteuren
  - Organisation und Definition der Arbeitsaufgaben
  - Entwicklung der Entlohnungssysteme
  - Abwicklung der Bezahlung
  - Etablierung der Bewertungssysteme (Ratings) der Crowdworker
  - Abwicklung der Arbeitsbeziehung zwischen Crowdsourcer und Crowdworker übernimmt die Plattform
- Aber auch hauseigene Crowdsourcing-Plattformen existent (z.B. Tschibo-Ideas.de; Mindstorms.Lego.com (Leimeister/Zogaj 2013))



## 2. Empirische Evidenz

## Forschungsstand

- **Im internationalem Kontext:** Agrawell et al. (2013) zu den Auswirkungen digitaler Arbeit auf den (globalen) Arbeitsmarkt; so auch Eurofound (2015) zum internationalen Arbeitsmarkt; zu den ökonomischen Auswirkungen auch Kuek et al. (2015); **Berg (2016)** ILO-Survey zur Soziodemografie und Arbeitsbedingungen von Crowdworkern; ebenfalls zur Demografie Risak & Warter (2015); Kleeman et al. (2008) zur finanziellen Situation der Crowdworker; Horton&Chilton (2009) zur Einkommenssituation und dem Reservationslohn; Hossain (2012) zu den Motiven der Crowdworker; Irani&Silberman (2013) zu den Arbeitsbeziehungen; Risak&Warter (2015) zur Umsetzung fairer Arbeitsbedingungen; Dawson/ Bynghall (2012) u.a. unternehmerische Fallstudien zur Umsetzung von Crowdfunding; Felstiner (2011) zu den rechtlichen Rahmenbedingungen auf den Plattformen; ähnlich auch Harris&Krueger (2015)
- **In Deutschland:** Pelzer et al. (2012) Vergleich des Entwicklungsstands des deutschen Crowdsourcing mit dem europäischen und internationalen Ausland; Leimeister&Zogaj (2013) umfangreiche Analyse des internationalen und nationalen Forschungsstands; **Leimeister et al. (2016)** aufbauende Analyse der Soziodemografie und der Arbeitssituation deutscher Crowdworker; ähnlich Bertschek et al. (2015) ebenfalls zur Soziodemografie und den Motiven deutscher Crowdworker; rechtswissenschaftliche Analysen bspw. von Däubler&Klebe (2015) oder Selzer (2015) (*Huws&Simon (2016)* zur Situation der österreichischen Crowdszene)

## Wirtschaftliche Bedeutung

- Ca. 2.300 Crowdfunding-Plattformen, 65 in Deutschland
- Schätzung der Weltbank: bis 2020 ein Umsatz von circa 25 Milliarden Dollar und ca. 112 Millionen Crowdworker (Kuek et al. 2015 )
- Der Durchschnittsverdienst weltweit liegt bei zwei Dollar pro Stunde (Eurofound 2015; Irani/Silberman 2013).
- Der Durchschnittsstundenverdienst der deutschen Crowdworker ist höher, die Konkurrenz ist jedoch spürbar (Leimeister et al. 2016)
- Schätzungsweise 600.000 Crowdworker in den USA (Harris and Krueger 2015)



## ILO Survey 2015/16 (Berg)

- Befragung von Crowdworkern auf den Plattformen Amazon Mechanical Turk (AMT) und Crowdfunder
- Zu Beginn insg. 1167 Befragte (davon 814 auf AMT) in zwei Befragungswellen
  - Auf AMT Befragung nur von Crowdworkern in den USA und Indien
  - Auf Crowdfunder von Crowdworkern aus weiteren 51 Ländern

## Soziodemographische Ergebnisse (ILO Survey 2016)

- Mehr männliche als weibliche Crowdworker
- Durchschnittlich 30-35 Jahre alt
- Sehr gut ausgebildet
- Seltener hauptberuflich als Crowdworker tätig
- Motive der Teilzeit-Crowdworker: Zuverdienst, insbesondere auf Mikrotasking-Plattformen
- Motive der Vollzeit-Crowdworker: Präferenz für alternative Beschäftigungsformen/ Selbstständigkeit
  - aber auch Personen mit erschwertem Zugang zum Arbeitsmarkt, Handicaps, Sozialer Exklusion, sehr dezentrale Wohnlage/ Immobilität sehen Crowdfunding als chancenreich (Risak / Warter 2015)

## Entlohnung (ILO Survey 2016)

- Geringer Verdienst
  - Abhängig der Plattform und dem Herkunftsland liegt der durchschnittliche Brutto-Stundenlohn bei 1 bis 5.5 Dollar (US-Amerikaner verdienen mehr als Inder)
- Ein Viertel der Crowdwork-Zeit ist nicht vergütet (z.B. für Auftragsuche)

**Table 2. Hourly pay by platform and country (USD), November/December 2015**

	Crowdfunder	AMT - USA	AMT - India
<b>Median hourly pay</b>	0.94	4.65	1.65
<b>Mean hourly pay</b>	1.77	5.55	3.17
<b>Standard deviation</b>	2.61	3.97	4.24
<b>Observations</b>	315	667	111

Note: Trimmed at 99 per cent and \$0 responses removed. Results are from Survey 1. The standard deviation measures the dispersion from the mean, which in this example is the average hourly pay.

Source: ILO Survey of Crowdworkers.

## Soziodemografie der Crowdworker in Deutschland (Leimeister et al. 2016)

- Altersspanne von 14-71 Jahren, Durchschnittsalter 36 Jahre
- Überwiegend männlich
- Mehrheitlich ledig
- Sehr gut ausgebildet, auffallend häufig akademischer Hintergrund
- Für einen großen Teil (79 %) stellt das Crowdfunding nur eine Nebenbeschäftigung dar
- Fast  $\frac{3}{4}$  aller Crowdworker verdienen weniger als 500 € im Monat, 30 Prozent weniger als 100 €.
- Höchste Einkommensklasse bieten Crowdworker auf Marktplatz- und Designplattformen (bis zu 10.000 € monatlich)

## Arbeitsbedingungen von Crowdworkern (Leimeister et al. 2016)

- Durchschnittliche Wochenarbeitszeit beträgt 13,7 Stunden
- Crowdworker arbeiten sehr flexibel, ohne feste zeitliche Struktur
- Deutsche Crowdworker beurteilen ihre Arbeit an den Merkmalen Bewertung, Bezahlung und Vorgaben eher angemessen
- Die Arbeitszufriedenheit (gemessen an den Determinanten Wertschätzung, Fairness der Vergütung und berufliche Zukunftsperspektive) prägt sich mittelmäßig bis teils positiv aus



## 3. Diskussion



## Unübersichtlicher Forschungsstand im unübersichtlichen Terrain

- Erst einige Studien
- Methodische Grenzen
- Methodische Herausforderungen: International, Nebentätigkeit, spezifische Gruppe

---

## Mögliche Vorteile für den Crowdsourcer

- Erweiterung des Kompetenz- Wissens- und Ideenpools
- Keine dauerhafte Vertragsbeziehung
- Konzentration auf Kernkompetenzen durch Auslagerung von Randaufgaben
- Crowdsourcing als schnelle und flexible Lösung hochspezialisierter Teilaufgaben durch bedarfsgerechte Nutzung der Crowd
- Schnellere Aufgabenabwicklung durch Zerlegung in Teilaufgaben
- Akquisition innovativerer Lösungsansätze für interne Aufgaben
- Erhöhung der Marktakzeptanz durch Mitwirkung von (potenziellen) Kunden
- Umgehung des „local search bias“ (Levinthal/Warglien 1999)

---

## Mögliche Nachteile für den Crowdsourcer

- Notwendigkeit zu präzisen und aufwendigen Aufgabendefinitionen
- Verantwortung für die Qualitätsstandards
- Schwer kalkulierbare (Gesamt-)Kosten für alle zur Implementierung von Crowdsourcing benötigten Maßnahmen
- Aufwendige Maßnahmen zur Schaffung passender Anreizstrukturen
- Gefahr des Kontrollverlustes über die Crowdaktivitäten (Leimeister 2013)
- Gefahr des Abflusses von unternehmensinternem Know-how (Leimeister 2013)
- Gefahr von Widerständen durch die Belegschaft
- Ggf. betriebsverfassungsrechtliche Beteiligung
- Je nach rechtlicher Qualifizierung Einstufung der Crowdworker als arbeitnehmerähnliche Personen möglich

## Mögliche Vorteile für den Crowdworker

- Flexibilität
- berufliche Selbstbestimmung
- Erfahrungsgewinn
- Ausbau des Wissens und der Kompetenzen
- Bei nebenberuflich tätigen: Abwechslung zum Haupterwerb
- Einstieg und Kontakt zu einem neuen Arbeitsumfeld
  
- Allerdings häufige Divergenz zwischen Qualifikation und Aufgabenstellung sowie kleinteiliger Umfang (Bertschek et al. 2015; Leimeister et al. 2016)

## Mögliche Nachteile für den Crowdworker

Je nach Verhandlungsmacht des Crowdworkers:

- Strukturelles Ungleichgewicht/ asymmetrisches Machtverhältnis durch
  - Weitreichender Verzicht auf Arbeitnehmerrechte
  - Schwache sozialrechtliche Absicherung

→ Verhandlungsmacht abhängig von der Komplexität der Aufgabe sowie der Einzigartigkeit des Wissens und der Kompetenzen der Crowdworker

- Verschwinden der originären Auftraggeber
- Fehlende Mindeststandards und Transparenz auf den Plattformen. Risiko für willkürliche Ablehnung von Ergebnissen und unfaire Ratings
- große Konkurrenz auf den Plattformen
- Beschäftigungsrisiko beim Crowdworker (Berg 2016)

---

## Rechtliche Aspekte

- Rechtlicher Charakter des Vertragsverhältnisses fraglich
  - Vertrag bezieht sich auf das Werk
  - Weisungsgebundenheit entfällt, da Auftrag und Ziel klar formuliert sind
  - fehlende Eingliederung in das Unternehmen
  - BAG hat unterschiedliche Auffassungen: “Vorprogrammierung“ der zu erbringenden Tätigkeit spricht **gegen** die Arbeitnehmereigenschaft (BAG 24.06.1992 – 5 AZR 384/91, NZA 1993, 174), sehr geringer Spielraum würde jedoch **für** die Arbeitnehmereigenschaft sprechen (BAG 16.7.1997 – 5 AZR 312/96, NZA 1998, 368 )
- Globale Auftragsvergabe (Jürgens et al. 2017), erschwerte Rechtsdurchsetzung



---

## Rechtliche Aspekte

- AGBs statt Arbeitsvertrag
- Ungeklärte Urheberfragen/ Schutz von Gebrauchs- und Geschmacksmuster
  - Schutz des geistigen Eigentums umstritten, da in den AGB Crowdworker uneingeschränkt Rechte an ihren Entwürfen abtreten (z.T. Selbst die Verlierer beim „The-Winner-takes-it-all-Prinzip“) (Jürgens et al. 2017)
- Fragwürdigkeit der Entlohnungsprinzipien
  - Hier ggf. gesetzgeberische oder richterliche Korrektur notwendig (Däubler/ Klebe 2015)

**Aber:** Erste Interessengemeinschaften der Crowdworker bilden sich

- So z.B. faircrowdwork.org der Industriegewerkschaft Metall
- SCHRAMM CROWDWORKING: MENETEKEL UND EMPIRISCHE EVIDENZ

# Crowdworking und Teilhabe

## Fragestellung:

- Welches Potenzial hat Crowdworking für die Arbeitsmarktintegration von Menschen mit erschwerten Teilhabechancen?
- Welche Rahmenbedingungen müssen erfüllt werden, damit diese Integration unter Berücksichtigung von Standards „Guter Arbeit“ gelingt?

---

## Crowdworking und Teilhabe

- **Teilhabe und Arbeitsmarkt:** Um am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können, bedarf es der Inklusion auf dem Arbeitsmarkt wie auch der Möglichkeit, über Rechte und Bildungsmöglichkeiten zu verfügen (Lehweß-Litzmann/Leßmann 2017).
- Dem **Capability-Ansatz** (Sen 2000, Nussbaum 2014, 2016) zufolge ist neben der Fähigkeit, Ressourcen aktiv einsetzen zu können, die Möglichkeit zur Gestaltung des eigenen Umfeldes sowie die Integration in funktionierende Sozialbeziehungen zentral.
- Die Chance, über solche Möglichkeiten der Teilhabe zu verfügen, wird durch die gegenwärtigen Digitalisierungsprozesse im Kern berührt.

## Crowdworking und Teilhabe – aktuelle Studien

- **Vashista et al. (2018)** untersuchten einkommensschwache sehbehinderte Personen (USA), die auf verschiedenen Crowdsourcing-Plattformen (unter anderem AMT) Transkriptionsaufgaben übernommen haben.
- **Hug (2017)** geht der Frage nach, inwiefern Crowdworking im Feld der Arbeitsintegration junger, psychisch erkrankter IV-Rentenbeziehenden genutzt werden könnte. Sie entwickelt einen Ansatz mit Crowdworking im Rahmen einer Beschäftigungsstätte

## Internes Crowdsourcing

- Innerhalb des Arbeitsverhältnisses übernehmen Beschäftigte zusätzliche ausgeschriebene Aufgaben, ggf. nur mit geringem Bezug zur originären Tätigkeit (Däubler/ Klebe 2015)
- Möglichkeit der Personalentwicklung und Arbeitsanreicherung
- Intensivierung des Wettbewerbs
- Vorstufe von Outsourcing



## Literatur

- Agrawal/ Horton/ Lacetera/ Lyons (2015) Digitalization and the contract labour market: a research agenda. In: Goldfarb/ Greenstein/ Tucker, *Economic Analysis of the Digital Economy*. United States National Bureau of Economic research.
- Berg (2016) Income security in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers, *Conditions of Work and Employment Series No. 74*, International Labour Office.
- Bertschek/ Ohnemus/ Viete (2015) Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern, Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Forschungsbericht 462.
- Däubler/ Klebe (2015) Crowdwork: Die neue Form der Arbeit - Arbeitgeber auf der Flucht? In: *NZA*, 2015, S. 1032–1042.
- Dawson/ Bynghall (2012) *Getting Results From Crowds: The definitive guide to using crowdsourcing to grow your business*, Advanced Human Technologies Incl.
- Eurofound (2015) *New forms of employment*. Online: [www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_publication/field\\_ef\\_document/ef1461en.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1461en.pdf).
- Felstiner (2011) Working the Crowd: Employment and Labor Law in the Crowdsourcing Industry. In: *Berkeley Journal of Employment and Labor*, Jg. 31, Heft 2, S. 143-201.
- Harris/ Krueger (2015) A proposal for modernizing labor laws for twenty-first-century work: The 'Independent worker', The Hamilton Project, Brookings, Discussion Paper 2015-10, December.
- Horton/Chilton (2009) The Labor Economics of Paid Crowdsourcing. In: *EC '10 Proceedings of the 11th ACM conference on Electronic commerce*, S. 209-218.
- Hossain (2012) Crowdsourcing: Activities, Incentives and Users' Motivations to Participate, *International Conference on Innovation, Management and Technology Research*.
- Huws/ Simon (2016) Österreichs Crowdworkszene, online: [https://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/digitalerwandel/Oesterreichs\\_Crowdworkszene\\_2016.pdf](https://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/digitalerwandel/Oesterreichs_Crowdworkszene_2016.pdf).
- Irani/ Silberman (2013) Turkopticon: Interrupting Worker Invisibility in Amazon Mechanical Turk. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM Publications, New York, S. 611–620.



## Literatur

- Jürgens/ Hoffmann/ Schildmann (2017) Arbeit transformieren! Forschung aus der Hans-Böckler-Stiftung, transcript, Band 189.
- Kleeman/ Voss/Rieder (2008) Un(der)paid innovators: the commercial utilization of consumer work through crowdsourcing. In: Science Technology & Innovation Studies, Jg. 4, Heft 1, S. 5–26.
- Kueh/ Paradi-Guilford/ Singh (2015) The global Opportunity in Online Outsourcing. World Bank, online: <http://documents.worldbank.org/curated/en/138371468000900555/pdf/ACS14228-ESW-white-cover-P149016-Box391478B-PUBLIC-World-Bank-Global-OO-Study-WBRpt-FinalS.pdf>.
- Kuba/ Mitter (2016) Crowdwork und plattformbasierte Arbeit, AK Policy Paper, arbeit-digital, AK Wien.
- Leimeister/ Durward/ Zogaj (2016) Crowd Worker in Deutschland, Hans Böckler Stiftung Study Nr. 323/ Juli 2016.
- Leimeister/ Zogaj (2013) Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing, Hans Böckler Stiftung Arbeitspapier 287.
- Levinthal/Warglien (1999) Landscape design: Designing for local action in complex worlds. In: Organization Science, Jg. 10, S. 342–357.
- Mieszkowski (2006): „I make \$1.45 a week and I love, online: [http://www.salon.com/2006/07/24/turks\\_3/](http://www.salon.com/2006/07/24/turks_3/), 2006.
- Pelzer/ Wenzlaff/ Einfeld-Reschke (2012), Crowdsourcing, epubli GmbH Report 2012.
- Risak/ Warter (2015) Legal Strategies towards fair employment conditions in the virtual sweatshop, Coference Paper, Regulating for Decent Work Conference Geneva 2015.
- Ross/Irani/ Silberman/ Zaldivar/ Tomlinson (2010) Who are the crowdworkers? Shifting demographics in mechanical turk. In: Proceedings of the ACM SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Selzer (2015) Crowdworking – Arbeitsrecht zwischen Theorie und Praxis, in: Husemann/Wietfeld (Hrsg.), Zwischen Theorie und Praxis – Herausforderungen des Arbeitsrechts, 5. Assistententagung im Arbeitsrecht, S. 27 - 48.
- taz.de (2015) Clickworkern geht es nicht gut, online: <http://www.taz.de/!5213240/>.



# Anhang

# Intrinsische vs. Extrinsische Motivation (Hossain 2012)

## intrinsisch

- „Freude“ an der Crowdarbeit
- „Sozialer Austausch“ in der Crowd
- „Lernen“ im Rahmen der Crowdarbeit

## extrinsisch

- „Anerkennung“ durch andere Crowdworker
- „Selbstmarketing“
- „Entlohnung“: monetäre Vergütung, Sachleistungen oder bestimmte Prämien (z. B. Prämien-/ Bonuspunkte)

---

## Entlohnung der Crowdworker

- Hossain (2012) Studie mit über 400 internationalen Crowdsourcing Plattformen
  - 72,4 % der Plattformen implementieren Anreizstrukturen, die an extrinsische Motive adressiert sind
  - 50,4 % dieser Plattformen verwenden ausschließlich finanzielle Anreizmechanismen – Motiv ist hier nur die monetäre Entlohnung
  - Die restlichen 27,6 % der Plattformen stellen auf Anreizmechanismen ab, die ausschließlich die intrinsischen Motive adressieren.
  - Fast einem Drittel der Crowdworker auf den untersuchten Plattformen also ohne jegliches Entgelt

## Entlohnung der Crowdworker

- Horton/Chilton (2009) identifizieren einen durchschnittlichen Stundenlohn auf den internationalen Markt von **1,38 \$** als *Reservationsgehalt* der Crowdworker
- Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales geht von einem durchschnittlichen Einkommen pro Auftrag zwischen 2 und 3 € aus (Kuba/ Mittler 2016; Agrawal 2015)
- Entlohnung liegt insgesamt meist unter dem (amerikanischen) Mindestlohn (Felstiner 2011; Kleeman et al. 2008)

## Entlohnung der Crowdworker

- Niedriges Entgelt wird auch akzeptiert, da die Arbeit häufig „nebenher“ verrichtet wird – Kategorie Arbeit vermischt sich mit Freizeit (Mieszkowski 2006)
- Einkommen schwankt jedoch stark zwischen den Tätigkeits- und Plattformart
  - Für Mikroaufgaben gibt es meist wenige Cents, Preisgelder gehen jedoch bis zu 100 Tsd. Dollar (Leimeister/ Zogaj 2013)
- Ross et al. (2010) fanden jedoch heraus, dass lediglich für 9 % aller Crowdworker die Entlohnung völlig irrelevant ist



---

## Betriebswirtschaftliche Bedeutung

- Kostenreduktion von 50-90% gegenüber einer Inhouse-Abwicklung oder traditionellem Outsourcing (Dawson/ Bynghall 2012; Pelzer et al. 2012)
  - Durch: Einsparung von Arbeitsmarktrekrutierungskosten, Lohnnebenkosten, Bereitstellung von Infrastruktur, nicht einzuhaltende Arbeitsschutzrechte etc.
- Klassische Make-or-Buy-Entscheidung abhängig der Transaktionskosten (Leimeister/ Zogaj 2013)
- Aber auch Non-Profit-Unternehmen als Crowdsourcer mit unentgeltlichen Aufgaben: z.B. Wikipedia: hier Appell an intrinsische Motive der Crowdworker (Spaß am Helfen, Teil eines Ganzen sein) (Pelzer et al. 2012)



# Studie von Serfling (2018): CROWDWORKING MONITOR

## Zur Studie:

- kontinuierlichen Online-Erhebung die vom Online-Umfrage-Unternehmen Civey GmbH in Berlin
- Studiendesign: ein wachsendes Panel von Internetnutzern in Deutschland
- Bisherige Stichprobe: 375.000 Internetnutzer
- Geplant sind mind. 3 weitere Monitors

## Studie von Serfling (2018): CROWDWORKING MONITOR

- Schätzung des Anteils der aktiven Crowdworker an der wahlberechtigten deutschen Bevölkerung 4,8%
- 70% von denen erzielen ein Erwerbseinkommen
- Bis zu weiteren 3% können sich Crowdworking zukünftig vorstellen.
- **Soziodemografie der Crowdworker:**
  - eher jünger, alleinstehend und männlich, gut gebildet und leben häufiger in den Stadtstaaten
  - Im Bereich Microtasking überdurchschnittlich viele junge und weibliche
  - ein relativ höherer Anteil an Crowdworkern entweder mit Hauptschul- und keinem Abschluss

## Studie von Serfling (2018): CROWDWORKING

### MONITOR

#### • Arbeitszeiten

- 34 % arbeiten mehr als 30 Stunden pro Woche auf Plattformen
  - 24 % mehr als 40 Stunden pro Woche
  - Für die große Mehrheit ist Crowdfunding eine von mehreren Einkünften und Beschäftigungsformen.
- } für rund ein Drittel ist  
Crowdfunding kein  
Nebenjob

#### • Einkommen und Tätigkeiten

- 40 % verdient mehr als 1000€ brutto in der Woche; ein Drittel weniger als 100€
- Begründung: Personen mit niedrigem oder ohne Bildungsabschluss üben eher kurzfristige Microtasks aus. Höher qualifizierte Crowdfunder arbeiten häufig in den Bereichen Consulting, Design, Programmierung und Testing.

#### • Zufriedenheit

- Die Hälfte der Crowdfunder sind zufrieden oder eher zufrieden mit ihrer Crowdfunder-Tätigkeit; ein Teil der Crowdfunder (23 %) sind mit ihrem Gehalt unzufrieden.



*„Vor dem Internet wäre es richtig schwierig gewesen, jemanden zu finden, der sich für zehn Minuten hinsetzt, damit er für dich arbeitet, und ihn dann nach den zehn Minuten zu feuern. Aber mit dieser Technologie kannst du tatsächlich jemanden finden, bezahlst ihm einen winzigen Geldbetrag und wirst ihn dann los, wenn du ihn nicht mehr brauchst“*

Lukas Biewald, CEO CrowdFlower (taz 2015)

---

## Studie von Leimeister et al. 2016

- Quantitative Untersuchung (n=434) und qualitative Vorstudie
- Vorab Marktanalyse von 100 Plattformen zur Typenbildung
  - **Microtask:** Hohe Granulいた der Aufgaben, geringe Komplexität, wenig Spezialkenntnisse erforderlich, zeit- und wettbewerbsorientiert
  - **Marktplatz:** Aufgaben von hoher Komplexität, qualifikationsbasiert, Crowdsourcer kann hier selbst auf Auftragsnehmersuche gehen
  - **Design:** Für Gestaltungsaufgaben (z.B. Entwerfen von Logos). Crowdworker legen Preise selbst fest. Crowdsourcer hat ein Pool an Vorschlägen und wählt Crowdworker aus
  - **Testing:** Testen von Produkten und Dienstleistungen (z.B. Software), Komplexe Aufgabe, Crowdworker entwickeln Lösungen für Probleme und werden erfolgsabhängig vergütet

# Typen von Plattformen (Leimeister et al. 2016)

## Analysierte Crowdsourcing-Plattformen<sup>4</sup>

### 1. Microtask-Plattformen

- Hauptplayer aus Deutschland: clickworker, Mylittlejob

### 2. Marktplatz-Plattformen

- Hauptplayer aus Deutschland: Crowd Guru, content.de

### 3. Design-Plattformen

- Hauptplayer aus Deutschland: 12designer, designenlassen.de

### 4. Testing-Plattformen

- Hauptplayer aus Deutschland: Applause, Testbirds

### 5. Innovationsplattformen

- Hauptplayer aus Deutschland: jovoto, unserAller

# Monatliches Einkommen aus Crowdwork (Leimeister et

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

Unterteilung der Crowd Worker in Einkommensgruppen

	gesamt	Microtask	Marktplatz	Design	Testing
	n=247	n=36	n=136	n=32	n=43
< 100 €	30 %	53 %	16 %	19 %	65 %
100–299 €	26 %	36 %	30 %	13 %	16 %
300–499 €	14 %	8 %	17 %	28 %	0 %
500–999 €	13 %	0 %	15 %	22 %	12 %
1.000–1.499 €	6 %	3 %	10 %	3 %	5 %
> 1.500 €	10 %	0 %	13 %	16 %	2 %



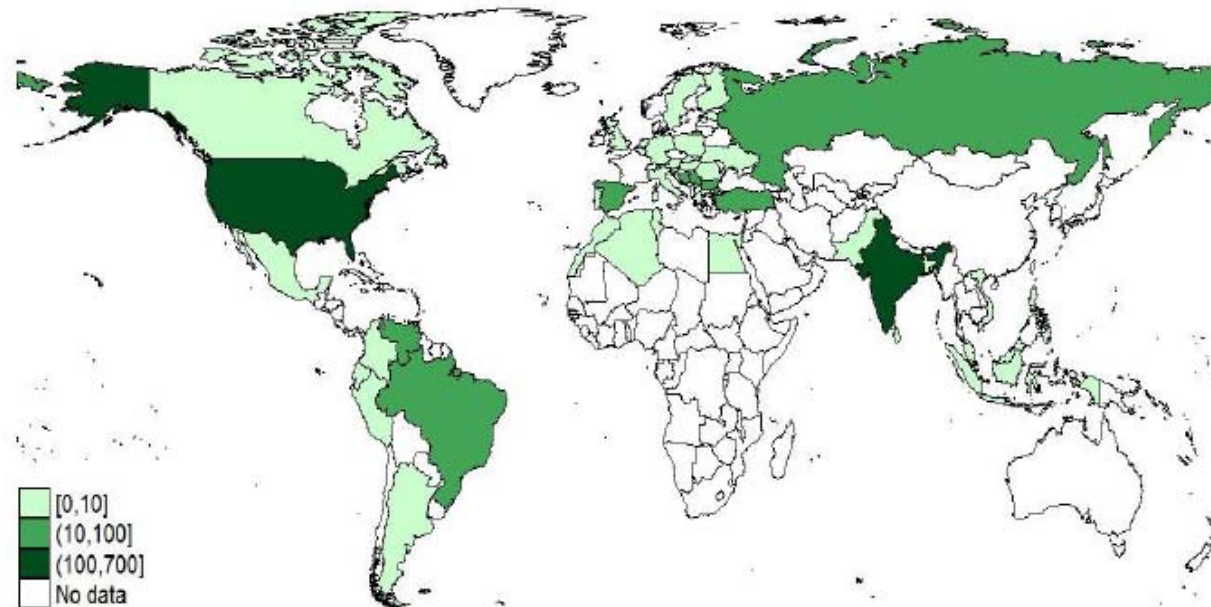
# Zufriedenheit der Crowdworker (Kontextfaktoren) (Leimeister et al. 2016)

Clusterspezifische Bewertung der Kontextsatisfaktoren



# Survey-Repräsentation nach Ländern (ILO Survey 2016)

Map: Distribution of survey respondents across the world



Note: Amazon Mechanical Turk respondents are from the USA or India. Crowdflower respondents can be from anywhere in the world.  
Source: ILO Survey of Crowdworkers.

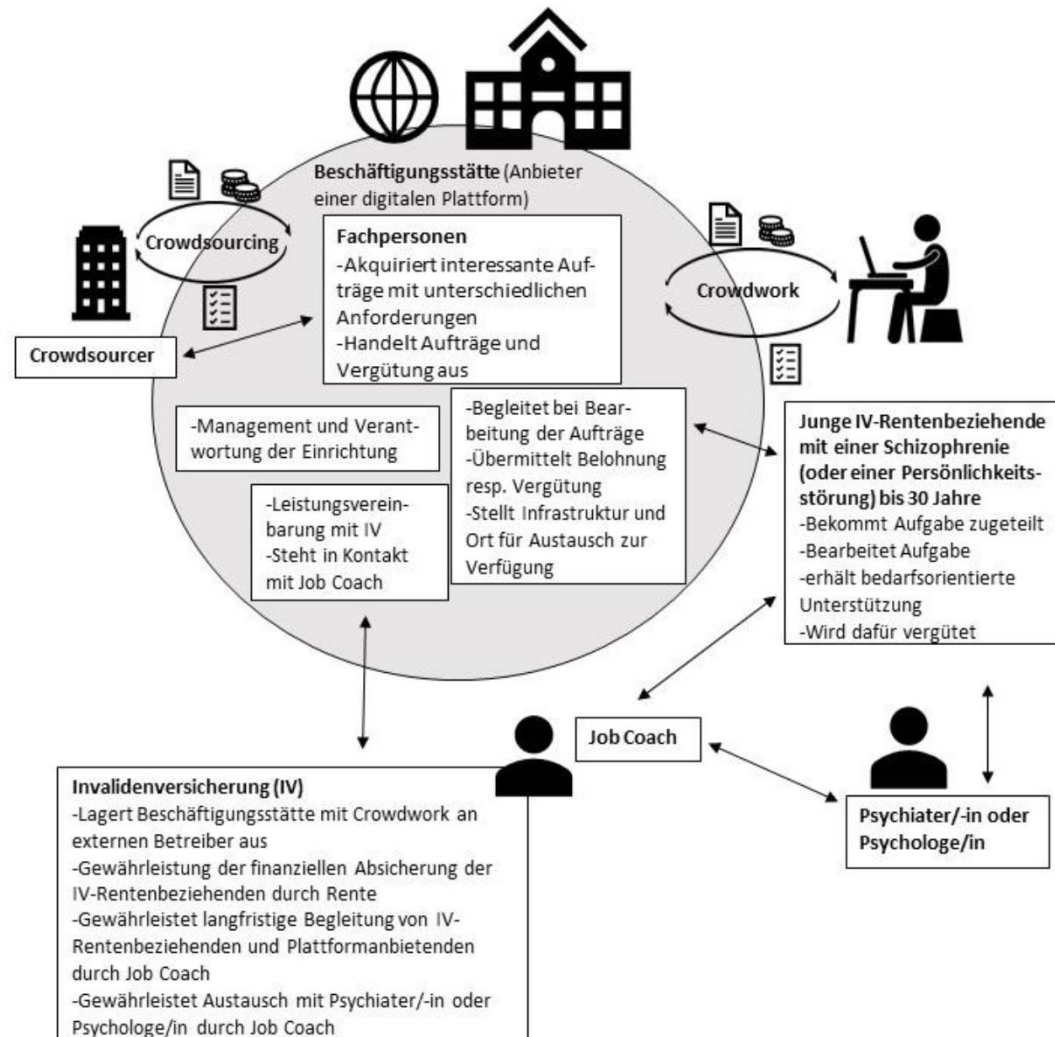
# Wöchentliche Arbeitszeit der Crowdworker (Leimeister et al. 2016)

**Wöchentliche Arbeitszeit der Crowd Worker**

Cluster	Häufigkeit	Minimum	Maximum	Median	Mittelwert	Standardabweichung
<b>gesamt</b>	<b>248</b>	<b>0 h</b>	<b>80 h</b>	<b>10 h</b>	<b>13,70 h</b>	<b>13,39</b>
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

**Wöchentliche Arbeitszeit der „hauptberuflichen“ Crowd Worker**

Cluster	Häufigkeit	Minimum	Maximum	Median	Mittelwert	Standardabweichung
<b>gesamt</b>	<b>47</b>	<b>3 h</b>	<b>80 h</b>	<b>25 h</b>	<b>29,49 h</b>	<b>16,98</b>
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



## Beschäftigungsstätte mit Crowdwork nach Hug (2017)