



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Ich mach mir die (Arbeits-) Welt, wie sie mir gefällt“

verfasst von / submitted by

Lisa Oberstaller, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2022/ Vienna 2022

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears
on the student record sheet:

UA 066 905

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Soziologie

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Jörg Flecker

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre eidesstattlich, dass ich die Arbeit selbständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und alle aus ungedruckten Quellen, gedruckter Literatur oder aus dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gemäß den Richtlinien wissenschaftlicher Arbeiten zitiert, durch Fußnoten gekennzeichnet bzw. mit genauer Quellenangabe kenntlich gemacht habe.

Wien, im November 2022

Ort, Datum

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters.

Unterschrift

Danksagung

Ich möchte mich hier bei den Personen bedanken, die maßgeblich zur Entstehung dieser Arbeit beigetragen haben:

Ein besonderer Dank gilt Herrn Univ.-Prof. Mag. Dr. Jörg Flecker für die Betreuung und die wertvollen Anregungen. Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei Herrn Mag. Philip Schörpf für die Unterstützung bei der Suche nach einem geeigneten Sample und bei Herrn Dominik Klaus, BSc (WU) MSc für die Literaturempfehlungen und Hilfestellungen.

Aus tiefstem Herzen bedanke ich mich bei meiner Mutter, die mich stets emotional und finanziell unterstützt hat.

Natürlich möchte ich mich auch bei meinen Freunden bedanken, nicht nur für den Beistand über die Studienjahre, sondern auch für das Korrekturlesen dieser Arbeit.

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	1
FORSCHUNGSFRAGE	3
BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	4
STAND DER FORSCHUNG	5
CROWDWORKING UND CLOUDWORKING	5
DIE PLATTFORMEN	7
ÜBERBLICK: PLATTFORMEN UND FUNKTIONEN	8
CLOUDWORKING ALS NEBENVERDIENST	11
CLOUDWORKING ALS ATYPISCHE BESCHÄFTIGUNG.....	13
CLOUDWORKING ALS PREKÄRE BESCHÄFTIGUNG.....	15
AUTONOMIE BEIM CLOUDWORKING	17
DIE BEWERTUNGSSYSTEME	19
THEORETISCHER ZUGANG	21
VON DEN ANFÄNGEN	21
LABOUR PROCESS THEORY- LPT	22
KONTROLLE.....	24
<i>Direkte Kontrolle.....</i>	<i>25</i>
<i>Technische Kontrolle.....</i>	<i>25</i>
<i>Bürokratische Kontrolle</i>	<i>26</i>
<i>Verantwortliche Autonomie.....</i>	<i>26</i>
<i>Hegemoniale Kontrolle.....</i>	<i>27</i>
<i>Marktzentrierte Kontrolle.....</i>	<i>27</i>
KONTROLLE IM CLOUDWORKING	28
<i>Direkte Kontrolle im Cloudworking?</i>	<i>28</i>
<i>Digitaler Taylorismus.....</i>	<i>29</i>
<i>Algorithmisches Management</i>	<i>30</i>
<i>Kontrolle in der Kreativwirtschaft.....</i>	<i>32</i>
HERRSCHAFT UND (UN)GLEICHE MACHT.....	33
<i>Wer ist involviert?</i>	<i>34</i>
<i>Nutzungsbedingungen der Plattformen</i>	<i>35</i>
<i>Die Bezahlung</i>	<i>36</i>
<i>Herrschaftsmodus: Algorithmus.....</i>	<i>37</i>
AUTONOMIE.....	39
<i>Handlungsspielraum beim Algorithmus?</i>	<i>40</i>
<i>Die Forderung nach Partizipation?</i>	<i>41</i>
<i>Ein Drang nach Selbstständigkeit?</i>	<i>42</i>
<i>Self- Determination Theory (SDT).....</i>	<i>43</i>
EMPIRISCHER TEIL.....	45
DIE EMPIRISCHE VORGEHENSWEISE	45
<i>Das Leitfadeninterview.....</i>	<i>46</i>
<i>Der Leitfaden.....</i>	<i>47</i>
<i>Feldeinstieg und Interviewpartner*innen.....</i>	<i>48</i>
<i>Das Sample.....</i>	<i>50</i>
<i>Die Auswertung: Qualitative Inhaltsanalyse.....</i>	<i>51</i>
<i>Die Kategorien</i>	<i>53</i>
DIE ERGEBNISSE	56
<i>Eintrittsbarrieren?.....</i>	<i>56</i>
DIE INVOLVIERTEN	58
<i>Die Rolle der Auftragnehmer*innen.....</i>	<i>58</i>
<i>Die Rolle der Auftraggeber*innen.....</i>	<i>59</i>
<i>Die Rolle der Plattformen.....</i>	<i>61</i>
<i>Die Rolle der anderen Cloudworker*innen.....</i>	<i>61</i>
MACHT IN DER CLOUD	62
<i>Ungleiche Machtverhältnisse</i>	<i>62</i>
<i>Kommunikation.....</i>	<i>63</i>

<i>Mitspracherecht</i>	64
ANERKENNUNG UND MOTIVATION	65
<i>Motive der Plattformarbeit</i>	65
<i>Fehlende Anerkennung und Respekt</i>	66
UNSICHERHEIT	67
<i>Unsicherheitszonen</i>	67
<i>Bezahlung und Preise</i>	68
AUTONOMIE IN DER CLOUD	69
<i>Arbeitszeit und Organisation</i>	69
<i>Erreichbarkeit</i>	70
<i>Zeitdruck</i>	71
<i>Selbstführung</i>	72
<i>Selbstbestimmung/ Handlungsspielraum</i>	72
KONTROLLE IN DER CLOUD	73
<i>Automatisierte Kontrollmechanismen</i>	73
<i>Nicht automatisierte Kontrollmechanismen</i>	76
<i>Problemlösungsstrategien</i>	78
INTERPRETATION DER ERGEBNISSE	80
CONCLUSIO UND AUSBLICK	91
LITERATURVERZEICHNIS	96
ANHANG	109
INTERVIEWLEITFADEN	109
ABSTRACT (DEUTSCH)	112
ABSTRACT (ENGLISCH)	113

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kategorisierung von Arbeitsplattformen in der Plattformökonomie 2/2	6
Abbildung 2: Human-based control vs. algorithmic control	31
Abbildung 3: Dreiseitige Plattformarchitektur	34
Abbildung 4: Screenshot aus 99design Profil	38
Abbildung 5: Screenshot (Upwork's Talent Badges).....	38
Abbildung 6: Ablaufmodell induktive Kategorienbildung	54
Abbildung 7: Anonymisierter Screenshot, 99designs Wettbewerb	85

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Berufliche Situation der Crowd Worker (nach Cluster)	12
Tabelle 2: Motivationsstrukturen und Ziele	43
Tabelle 3: Gemeinsame Prinzipien qualitativer Sozialforschung	45

Einleitung

Selbst über Arbeitszeiten, Arbeitsort und Arbeitsweise entscheiden zu können, ohne großes Risiko oder spezielle Ausbildungen, das stellen Arbeitsplattformen wie etwa Upwork in Aussicht (vgl. Upwork). Die Perspektive, selbstbestimmt und unabhängig arbeiten zu können, lockt viele Arbeitskräfte auf die Plattformen. 2016 wurde der Anteil der in Österreich ansässigen Crowdworker*innen auf 1,97 % der Erwerbstätigen geschätzt (vgl. Huws et al. 2016, 21) aktuellere Zahlen zur Situation in Österreich gibt es nicht. Die Plattformen verzeichneten in den vergangenen Jahren jedoch ständigen Zuwachs, was auch damit zusammenhängt, dass sie die Kosten für Produktionsmittel und Arbeitskraft nicht selbst tragen (vgl. Schmidt 2017a, 10).

Die involvierten Parteien dabei sind neben den Plattformen selbst, auch die Auftragnehmer*innen und die Auftraggeber*innen, dabei ergibt sich ein dreiseitiges Verhältnis (vgl. Schmidt 2017a, 10). Dies ist problematisch, da das österreichische Arbeitsrecht nicht auf dreipersonale Vertragsbeziehungen ausgelegt ist (vgl. Risak 2017, 46). Die Arbeitsplattformen behaupten, eine reine Vermittler*innen- Rolle im Prozess einzunehmen, das gilt es jedoch kritisch zu hinterfragen, denn ihnen wird vorgeworfen wesentlich in den Arbeitsprozess einzugreifen (vgl. Schmidt 2017a, 10). Vor allem in Hinblick auf Fremdbestimmung und Abhängigkeitsverhältnissen zwischen Arbeitsplattform und Auftragnehmer*innen gilt es dies zu überprüfen, denn so könnte ein tatsächlicher Arbeitnehmer*innen- Status oder zumindest ein arbeitnehmerähnliches- Verhältnis festgestellt werden, was Vorteile im Hinblick auf rechtliche Absicherung für die Cloudworker*innen hätte (vgl. Risak 2017, 60). Cloudworker*innen gelten nämlich nicht als Arbeitnehmer*innen, sondern als (Solo-) Selbstständige (vgl. Benner 2019, 144). Hierbei gilt es zu bedenken, dass ein Großteil der Auftragnehmer*innen das Cloudworking als Nebenjob betreiben und über eine weitere Anstellung verfügen, weswegen oftmals von hybriden Selbstständigen gesprochen wird (vgl. Schwarz 2019, 98).

Vor allem durch die Corona- Pandemie und die damit einhergehenden Jobunsicherheiten gewann die Plattformarbeit erneut an Bedeutung (vgl. Butollo et al. 2021, 8f). Und durch die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung ist damit zu rechnen, dass die Tätigkeit über Plattformen weiterhin an Relevanz gewinnen wird.

Daraus ergibt sich die Wichtigkeit dieses Thema genauer zu betrachten, auch weil durch bestehende Literatur Vorwürfe hinsichtlich prekärer Arbeitsbedingungen durch gesteigerte Flexibilisierung bestehen (vgl. Schmidt 2017a, 3).

Bei den Dienstleistungen, die auf Cloudworking- Plattformen erworben werden können, handelt es sich hauptsächlich um kreative Leistungen und Erzeugnisse. In der Kreativbranche sind längere Phasen ohne Aufträge, Selbstständigkeit und ein hoher Grad an Flexibilisierung keine neuen Phänomene (vgl. Eichmann et al. 2006). Die Art und Weise wie die Aufträge durch die Arbeitsplattformen bearbeitet werden, stellt aber sehr wohl eine Neuerung dar. Die Auftragnehmer*innen sind mit koexistierenden Kontrollformen konfrontiert (vgl. Huws 2012, 226), wobei teilweise Unsicherheiten bestehen wie diese ausgeführt werden und welche Sanktionen bei deviantem Verhalten zu erwarten sind (vgl. Gerber 2020, 184). Vor allem in Bezug auf das algorithmische Management und die Funktionalität der Rating- und Rankingsysteme herrschen Unsicherheiten bei den Auftragnehmer*innen, die in gesteigerte Selbstdisziplinierung umgewandelt werden (vgl. Gerber 2020, 186). Hier gibt es Bestrebungen seitens der europäischen Kommission die Arbeitsplattformen zu mehr Transparenz zu zwingen, damit diese Unsicherheitszonen der Auftragnehmer*innen minimiert werden können (vgl. Europäische Kommission 2021). Denn obwohl Crowd- und Cloudworking keine brandneuen Konzepte sind, hinkt die Rechtslage etwas hinterher und die Auftragnehmer*innen sind noch nicht optimal geschützt.

Aus diesem Grund ist es besonders relevant die Situation der Cloudworker*innen in Österreich, genauer zu beleuchten. Vor allem die Situation, der im kreativen Bereich tätigen Personen ist dabei von Interesse, da für sie vor allem die Reputation ein entscheidender Faktor ist (vgl. Huws 2010, 510). Besonderes Augenmerk wird dabei auf Abhängigkeitsverhältnisse und Handlungsspielräume der Auftragnehmer*innen gelegt, wobei Kontrollformen und Machtverhältnisse miteinbezogen werden. Das Ziel dieser Arbeit ist vor allem die Herausarbeitung der Wahrnehmung und des Umganges mit Handlungsspielräumen von Auftragnehmer*innen auf Arbeitsplattformen. Der sich daraus ergebende Mehrwert für die Sozialwissenschaft und vor allem die Arbeitssoziologie soll darin bestehen, Probleme aufzudecken und Alternativen anzubieten, die ein gesundes Arbeiten umsetzbar machen.

Forschungsfrage

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit der Frage nach Handlungsspielräumen von Auftragnehmer*innen und Kontrollformen der Plattformen und Auftraggeber*innen auseinander. Dabei steht folgende Forschungsfrage im Vordergrund:

*„Wie werden Autonomiespielräume in Cloudworking Arbeitsformen von österreichischen Auftragnehmer*innen genutzt und inwiefern werden sie von Kontrollmechanismen darin beeinflusst?“*

Autonomie meint dabei etwa: Handlungsalternativen, Gestaltungsspielräume und auch die Teilhabe an Entscheidungen und Kontrolle, sowie jenen Faktoren zugrundeliegende sozialpsychologische Wünsche, Fähigkeiten und Forderungen der einzelnen Individuen (vgl. Nitschke 1988, zitiert nach Mikl- Horke 2007, 158). In der vorliegenden Analyse soll also darauf geachtet werden, inwieweit diese Elemente den Cloudworker*innen zur Verfügung stehen und genutzt werden, beziehungsweise, wie sich diese Autonomiespielräume darstellen. In einem weiteren Schritt sollen dann die verschiedenen Kontrollmechanismen analysiert werden, die mit der Plattformarbeit verbunden sind und darauffolgend untersucht werden inwieweit diese die Auftragnehmer*innen in ihren Handlungsspielräumen einschränken. Dazu sollen unter anderem auch Faktoren wie Macht und Herrschaft miteinbezogen werden.

Um herauszuarbeiten welche Handlungsalternativen und Gestaltungsspielräume den Auftragnehmer*innen zur Verfügung stehen, welche Wünsche und Forderungen sie hegen und mit welchen Kontrollmechanismen sie konfrontiert sind, werden Cloudworker*innen befragt, die auf verschiedenen Arbeitsplattformen tätig sind. Ihre Aussagen werden dann in Beziehung zueinander gesetzt und unter Verwendung von gebildeten Kategorien analysiert und durch Einbeziehung von bestehender Literatur eingeordnet und diskutiert. Ziel dieser Arbeit soll es nicht sein ein ganzheitliches Bild der Cloudworking Situation in Österreich zu vermitteln, sondern einen Einblick in die positiven und negativen Begleiterscheinungen der Tätigkeit für die Auftragnehmer*innen zu geben und dadurch Faktoren herauszuarbeiten, die ein gesundes Arbeiten für die Cloudworker*innen ermöglichen.

Begriffsbestimmungen

In der vorliegenden Arbeit werden einige Begrifflichkeiten verwendet, die im alltäglichen Sprachgebrauch eher unüblich sind. Aus diesem Grund soll hier festgehalten werden, dass sich in der Auseinandersetzung stark an den Bezeichnungen nach Schmidt 2017a orientiert wurde. Diese können in Abbildung 1 nachgelesen werden.

Die Arbeit beschäftigt sich mit Cloudworking in Österreich. Das bedeutet, Personen erarbeiten ortsunabhängig Projekte via Internet über eine Plattform. Diese werden folgend als Auftragnehmer*innen bezeichnet, die Personen, welche die Aufträge ausschreiben beziehungsweise Auftragnehmer*innen dafür anschreiben, werden folgend als Auftraggeber*innen bezeichnet. Oftmals werden die Auftragnehmer*innen auch als Cloudworker*innen bezeichnet, wobei dies zwar ein Überbegriff ist, welcher auch Mikrotasks miteinschließt, dieses Cluster wurde jedoch nicht in der Analyse miteinbezogen, deshalb schließt die Bezeichnung sie in Bezug auf die Ergebnisse aus.

Im Kapitel „Stand der Forschung“ wird auf die verschiedenen Formen des Cloudworkings eingegangen, um eine bessere Verständlichkeit für die Thematik zu gewinnen. Jedoch beschäftigt sich die Analyse selbst nur mit Personen, welche im Bereich der Freelancer*innen Marktplätze und der Kreativwettbewerbe tätig sind und schließen jene der Mikrotasks aus, da dies die Vergleichbarkeit in Bezug auf das Tätigkeitsfeld beeinflussen würde. In der vorliegenden Untersuchung wurden ausschließlich Personen befragt, die als Logo-Designer*innen auf den Arbeitsplattformen tätig sind, um eine bessere Vergleichbarkeit zwischen den Fällen zu ermöglichen. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, stehen vor allem kreative Tätigkeiten im Fokus. Eine Arbeit ist kreativ, wenn sie für die erschaffende Person originell und zweckmäßig ist, während sie für eine andere Person harmonisch und kompatibel mit deren Bedürfnissen und Werten ist (vgl. Wallace/ Gruber 1989, 4).

Stand der Forschung

Crowdworking und Cloudworking

Um das Konzept des Cloudworkings verstehen zu können, muss man sich zunächst die Frage stellen, welche die Faktoren sind, die diesen Prozess vorantreiben. Viele Unternehmen lagern interne Dienstleistungen und Produktionen nach außen und übertragen damit die Verantwortung auf die Lieferant*innen (vgl. Lankford/ Faramarz 1999, 310). Dabei sind diese Lieferant*innen aber nicht große oder kleine Firmen, sondern Individuen, die ihre Fähigkeiten im Internet anbieten oder sich gezielt auf ausgeschriebene Wettbewerbe melden (vgl. Schmidt 2017a, 13f). Grundsätzlich erwarten sich die Betriebe durch das Outsourcing vor allem Kostenersparnisse und Effizienzsteigerung (vgl. Lankford/ Faramarz 1999, 310). Wie bereits Adam Smith mit seinem Stecknadel- Beispiel aufgezeigt hat, ist durch das Zerlegen von Arbeitspaketen und das dadurch gesteigerten Arbeitsvolumen des Einzelnen beides möglich. Dabei ist in vielen Branchen und Berufen das Potenzial da, die Arbeit in kleine Arbeitsschritte zu zerteilen und in weiterer Folge auszulagern (vgl. Kittur et al. 2015, 174).

Jeff Howe hat den Begriff Crowdworking eingeführt und damit mit seinem 2006 erschienenem Artikel klar gemacht, dass zwischen den Begriffen Outsourcing und Crowdsourcing klar unterschieden werden muss (vgl. Howe 2006, 2). Bei externem Crowdworking sind nämlich potenziell alle Personen weltweit, die über einen Internetzugang verfügen, für einen Auftrag erreichbar und könnten als Auftragnehmer*innen fungieren (vgl. Leimeister et al. 2015, 4). Dabei sind jene Personen mit diversen Fähigkeiten an verschiedenen Punkten in der Wertschöpfungskette einsetzbar, also sowohl in der Produktion als auch im Verkauf bzw. Marketing und in der Nachkaufbetreuung bzw. dem Service (vgl. Leimeister et al. 2015, 5). Der Zugang und die Vermittlung findet dabei größtenteils über Vermittlungsplattformen statt, wobei jene Plattformen aus dem Vermittlungsprozess profitieren (vgl. Schmidt 2017a, 18). Genauere Informationen dazu finden sich im Abschnitt „Die Plattformen“.

Grundsätzlich lässt sich in Bezug auf Arbeitsplattformen zwischen ortsgebundener und ortsungebundener Arbeit unterscheiden, wobei Ersteres als Gigwork und Zweiteres als Cloudwork zu verstehen ist (vgl. Schmidt 2017a, 7). Die folgende Abbildung 1 soll dieses Konzept visuell darstellen und verständlicher machen:

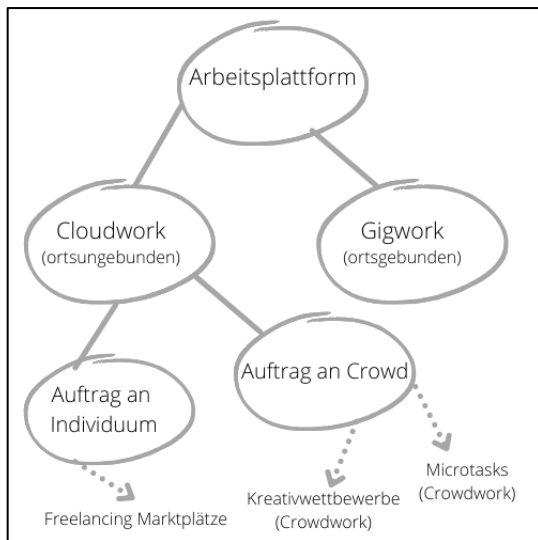


Abbildung 1: Kategorisierung von Arbeitsplattformen in der Plattformökonomie 2/2

Quelle: In Anlehnung an Schmidt 2017a,7

Unter das an einen physischen Ort gebundene Gigwork fallen Tätigkeiten und Dienstleistungen, welche die Anwesenheit einer Person zur Verrichtung der Arbeitsleistung bedürfen. Dabei wird zwischen Aufträgen an ein Individuum und Aufgaben, die an eine Gruppe (Crowd) gestellt werden, unterschieden. Zu jenen Dienstleistungen gehören Anwendungen, wie etwa Lieferdienste (z.B. Lieferando) oder Personenbeförderungsdienste (z.B. Uber) (vgl. Schmidt 2017a, 19ff).

Auch im Bereich des Cloudworking ist nicht immer Crowdworking gemeint, da ebenfalls zwischen ortsunabhängigen Aufträgen an die (Internet-) Gemeinschaft und Aufgaben an ein spezifisches Individuum unterschieden werden (vgl. Schmidt 2017a, 7). Bei Arbeitsaufträgen an die Crowd kann darüber hinaus nach Schmidt eine Unterscheidung in Kreativwettbewerbe und Mikrotasks vorgenommen werden. In den sogenannten Kreativwettbewerben können Interessierte an Ausschreibungen teilnehmen und ihre Ideen und Konzepte an Auftraggeber*innen über eine Plattform zur Verfügung stellen, welche dann eine der Einsendungen auswählen (vgl. Schmidt 2017a, 17).

Mikrotasks sind ebenfalls dem Crowdworking zuzuordnen. Spricht man dabei von Clickwork sind kleine, meist einfache und teilweise repetitive Aufgaben gemeint, welche über Onlineplattformen ausgeschrieben werden (vgl. Greef et al. 2020, 211) und vorwiegend pro zu erledigendem Auftrag bezahlt werden (vgl. Irani 2015, 722). Diese Tätigkeiten sind zwar einfach, können gegenwärtig aber noch nicht automatisiert erledigt werden (vgl. Waitz 2017, 180).

Die Freelancer*innen Marktplätze (Freiberufler Marktplätze) sind im Vergleich zu den Mikrotasks und Kreativwettbewerben nicht immer dem Crowdworking zuzurechnen, da die Aufträge an einzelne Individuen gestellt werden, aber in jedem Fall dem Cloudworking.

Es handelt sich dabei um anspruchsvollere Aufträge, als etwa bei den Mikrotasks und die Bezahlung fällt teilweise besser aus (vgl. Schmidt 2017a, 13f). Der Vollständigkeit halber soll hier noch erwähnt werden, dass dies nur eine von vielen möglichen Clusterungen des Cloudworkings ist. Leimeister et al. 2016, haben etwa noch zwei weitere Formen identifiziert: zum einen die Testing- Plattformen, auf denen etwa relativ anspruchsvolle Software-Applikationen getestet werden sollen (vgl. Leimeister et al. 2016, 20). Und zum anderen die Innovationsplattformen, auf denen es vor allem darum geht, dass die Crowd in Zusammenarbeit innovative und neue Ideen und Konzepte für Firmen entwickelt (vgl. Leimeister et al. 2016, 20).

Die Plattformen

Die Onlineplattformen, über welche die Arbeitsaufträge vermittelt werden, stellen eine elementare Voraussetzung für das Existieren von Gigwork und Cloudwork dar. In der Plattformökonomie treten die Plattformen als dritte Akteure in die Beziehung zwischen Angebot und Nachfrage von Verkäufer*innen und Käufer*innen und differenzieren sich so vom vormaligen zweiseitigen Markt (vgl. Langley/ Leyshon 2017, 17). Das bedeutet zwar einen Vorteil in Bezug auf die Zugänglichkeit zu Arbeit, da die Vermittlung über die Plattformen läuft. Gleichzeitig aber auch eine zusätzliche Abhängigkeit für die Auftragnehmer*innen, da jene nicht mehr nur von ihren Kund*innen abhängig sind, sondern auch von den Plattformen, wobei sie in beiden Fällen wenig Verhandlungsmacht haben, und ein Machtungleichgewicht entsteht (vgl. Greef et al. 2020, 208). Schmidt spricht sich deshalb dezidiert dafür aus, die Plattformen dementsprechend dahingehend zu untersuchen, wie die Plattformen agieren, also ob sie eine bloße Vermittlungsaufgabe übernehmen, oder ob sie wesentlich zur Steuerung beitragen und so selbst als Auftraggeber*innen fungieren (vgl. Schmidt 2017a, 10).

Das Gut, welches hauptsächlich über die Plattformen angeboten wird ist (Erwerbs-) Arbeit, welche auch entlohnt werden will, das heißt kostenlose Angebote wie Couchsurfing oder das unentgeltliche Verfassen von Social Media Postings gehören nicht zur Plattformarbeit (vgl. Eurofound 2018, 9). So gehören auch Open- Knowledge- Plattformen wie Wikipedia nicht zu den Arbeitsplattformen, da es sich dabei zwar um eine erwerbsähnliche Tätigkeit handelt, diese aber nicht entlohnt wird (vgl. Pongratz/ Bormann 2017, 160).

Auch wenn es in der Praxis bei etwa Kreativwettbewerben im Crowdfunding so ist, dass die Arbeitsleistung der Teilnehmer*innen unvergütet bleibt, da ihre Ideen nicht ausgewählt wurden.

Die Rolle, welche sich die Arbeitsplattformen als dritte Akteure geschaffen haben, lassen diese sich vergüten, und zwar in Form von Vermittlungsprovisionen, die Arbeitsplattformen generieren so Einnahmen, ohne selbst die Produktionsmittel besitzen oder stellen zu müssen (vgl. Schmidt 2017a, 11). Die Angaben über die Vermittlungsprovision variieren dabei stark, aber es kann von einem Betrag zwischen 20 und 30 Prozent ausgegangen werden (vgl. Schmidt 2017a, 11). Dieser Betrag bezieht sich aber nur auf die Vermittlung, damit bleiben die Kosten für die Produktionsmittel, Krankheitsfälle und Urlaub zusammen mit Unsicherheiten und Risiken bei den Auftragnehmer*innen (vgl. Gerber 2020, 182). Während die Plattformen durch geringe Betriebskosten, bei gleichzeitig steigender erbrachter Arbeitsleistung immer schneller wachsen können (vgl. Schmidt 2017a, 5). Hieraus wird klar, dass die Auftragnehmer*innen auf Arbeitsplattformen eine geringe Macht bei gleichzeitig hohem Einsatz haben.

Überblick: Plattformen und Funktionen

Die bekannteste Crowdfunding- Plattform zur Vermittlung von Kreativwettbewerben in Österreich ist 99designs. Die Ideenwettbewerbe können bei 99designs bereits ab einem Betrag von 69 € gestartet werden und versprechen den Auftraggeber*innen durchschnittlich 20 Designs im sogenannten Bronze- Paket, welches das Günstigste ist (vgl. 99designs). Die auf der Plattform registrierten Personen werden Designer*innen genannt und können über die Plattform in einen Wettbewerb treten und ihre Designs an die Auftraggeber*innen senden. Sollten sie gewinnen, steht ihnen nach Abzug der Vermittlungsprovision von 99designs in diesem Beispiel ein Preisgeld von 60 \$ (~58,66 €) zu, was bedeutet, dass jedem der eingesendeten Social Media Designs ein Wert von knapp 3 € beigemessen wird und die Arbeitsleistung von 19 Designer*innen vergütungsfrei bleibt. Laut eigenen Angaben der Website wird bei 99designs alle 2 Sekunden ein neues Design erstellt (vgl. 99designs). Das macht klar, dass egal wie viele Arbeitsstunden in ein Projekt geflossen sind, die einzelnen Designer*innen erhalten keinen fairen Stundenlohn, da gar nicht garantiert werden kann, ob sie überhaupt einen Lohn erhalten werden und die investierten Stunden keine Rolle für die Bezahlung spielen, da diese schon von vornherein feststeht.

Eine oft untersuchte Plattform für Mikrotasks ist Amazon Mechanical Turk (kurz: AMT), aber auch Clickworker ist eine bekannte Arbeitsvermittlungsplattform für Mikrotasks in Österreich. Bei AMT können Menschen von überall auf der Welt kleine Aufgaben (Mikrotasks) übernehmen, Beispiele dafür sind etwa das Schreiben von Bildbeschreibungen, das Übersetzen kürzerer Texte oder einfache Recherchetätigkeiten (vgl. Irani 2015, 721). Dies sind meist Aufträge, die noch nicht von Maschinen automatisiert erledigt werden können, aber trotzdem nicht besonders anspruchsvoll sind.

Auftraggeber*innen können rund um die Uhr an jedem Wochentag einen Auftrag posten und interessierte Auftragnehmer*innen können diesen jederzeit annehmen (vgl. Irani 2017, 726). „Access a global, on-demand, 24x7 workforce“ (Amazon Mechanical Turk), den Auftraggeber*innen wird eine ständig erreichbare Belegschaft versprochen, welche sie nur in Anspruch nehmen können, wenn sie sie auch wirklich benötigen. Das heißt hierbei wird wesentlich weniger Arbeitsleistung verschwendet als bei den Kreativwettbewerben.

Die Qualifikationen, welche eine Person mitbringen muss, um sich als geeignete Kandidat*in zu erweisen sind recht spärlich. Auf der Mikrotask- Plattform Clickworker reicht es als technische Voraussetzung, dass Personen im Stande sind die Website zu lesen und als formale Qualifikation reicht die Volljährigkeit (vgl. Clickworker a).

Die Bezahlung pro Auftrag richtet sich dabei an folgenden Faktoren aus: die Länge der Bearbeitungszeit, die Schwierigkeitsstufe, die Länge des Textes, dem Rechercheaufwand und den Fähigkeiten, welche zur Erfüllung der Tätigkeit benötigt werden und dies variiert zwischen Centbeträgen und zweistelligen Eurobeträgen (vgl. Clickworker b). In einer 2017 durchgeführten Umfrage von Fair Crowd Work, hat sich herausgestellt, dass auf der Plattform Clickworker der durchschnittliche Stundenlohn bei 3,84 € liegt (vgl. Fair Crowd Work a).

Leimeister et al. 2016 identifizieren noch eine dritte Gruppe, welche dem Crowdworking zu zuordnen ist, die Testing- Plattformen. Die Aufträge beinhalten dabei das Testen von Produkten und Dienstleistungen, wobei der Fokus auf Softwareapplikationen liegt. Die zu bearbeitenden Aufgaben sind kleinteilig und tendenziell komplex. Die Entlohnung ist dabei entweder erfolgsabhängig oder bereits im Vorfeld vereinbart worden (vgl. Leimeister et al. 2016, 20).

Die Tests beziehen sich vorwiegend auf Usability- Testungen und das Aufspüren von Bugs, wobei von Webseiten wie etwa Testbirds ein durchschnittliches Gehalt von 10 bis 20 € für Aufträge versprochen wird, die einen Umfang von 1- 2 Stunden in Anspruch nehmen (vgl. Testbirds a).

Im Vergleich zu den anderen hier angesprochenen Webseiten ist die Testing Plattform Testbirds viel intensiver involviert in die Arbeitsleistung der Tester*innen, etwa bei der Einteilung und Aufteilung der Arbeitsschritte und der Überprüfung der Testberichte (vgl. Testbirds a). Auch deshalb ist es besonders problematisch die Beträge zu identifizieren, welche sich Testbirds einbehält, wobei nicht wirklich von einer Vermittlungsprovision gesprochen werden kann, da die Plattform ein breiteres Spektrum an Services für ihre Kund*innen anbietet als die bloße Vermittlung zwischen Angebot und Nachfrage.

Es zeigen sich jedoch gewisse Gemeinsamkeiten mit den Kreativwettbewerben, da oftmals z.B. ein gefundener Fehler (Bug) nur jener Person bezahlt wird, welche diesen als erstes gefunden hat (vgl. Mrass/ Leimeister 2018, 144). Aber auch Überschneidungen mit Mikrotasks, da die jeweiligen Aufgaben, die auf den Testing- Plattformen erledigt werden sollen, vorher in sehr kleinteilige Aufträge zerteilt werden, wodurch den Tester*innen auch nicht immer bewusst ist, für wen sie gerade arbeiten. Umgekehrt ist dies jedoch sehr entscheidend, denn die Auftragsteller*innen können anhand soziodemografischer Daten darüber entscheiden, welche Personen die Testungen durchführen sollen (vgl. Leimeister et al. 2016, 20).

Im Bereich der Freelancer*innen Marktplätze zählen Upwork, Freelancer.com und Fiverr zu den bekanntesten Cloudworking- Plattformen in Österreich. Auf diesen Plattformen können Personen ihre Arbeitsleistungen bewerben und anbieten, dabei handelt es sich um ortsungebundene Tätigkeiten, die vielfach dem Kreativ- und IT- Bereich zuzuordnen sind, wie etwa Grafikdesign, Programmieren, Texten oder Audio- bzw. Videoanimation (vgl. Fiverr a). Die Arbeitsplattformen bieten ein Medium, damit Freelancer*innen mit potenziellen Kund*innen in Kontakt kommen können, und zwar unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden. Für diese Vermittlung verlangen die Plattformen unterschiedlich hohe Vermittlungsprovisionen, Fiverr etwa nimmt 20 % der Einnahmen aus einem Projekt (vgl. Fiverr a). Bei Upwork hängt die Provisionspauschale hingegen von dem Verdienst ab und bewegt sich zwischen 5 % bei Beträgen über 10.000 € und 20 % bei Rechnungen bis 500 € (vgl. Upwork). Die Bezahlung bei Fiverr erfolgt dabei nicht auf Stundenbasis, sondern projektbezogen und ist vor Beginn des Projektes vereinbart (vgl. Fiverr b), das heißt, sollten während der Erfüllung des Auftrages Schwierigkeiten auftreten, die ein erweitertes Stundenausmaß erfordern, wird diese Arbeitszeit nicht nachträglich vergütet.

Die Freelancer*innen Marktplätze sind eine für Auftraggeber*innen kostenlose Dienstleistung, welche es ihnen ermöglichen mit sogenannten Freelancer*innen in Kontakt zu treten, damit jene gegen ein vorher vereinbartes Entgelt spezifische Arbeitsaufträge erledigen können (vgl. Fiverr a). Die Preise und die Lieferzeiten können dabei von den Auftragnehmer*innen selbst festgelegt werden und im Bereich der Freelancer*innen Marktplätze scheint es auch keine so große Debatten um Ausbeutung zu geben, als es etwa bei den Kreativwettbewerben oder den Mikrotasks im Crowdfunding der Fall ist (vgl. Schmidt 2017a, 14). Bei Upwork ist es auch möglich, dass Auftragsteller*innen eine Art Inserat posten, wie es bei den Kreativwettbewerben üblich ist und auf welche sich die Freelancer*innen dann bewerben können (vgl. Eurofound 2018, 15). Grundsätzlich ist das Qualifikationsniveau für die Aufträge höher als bei Kreativwettbewerben oder Mikrotasks (vgl. Schmidt 2017a, 14). In Bezug darauf ist es sehr interessant, dass der Anteil an Akademiker*innen (Personen mit mindestens einem Bachelorabschluss) über verschiedene Arbeitsplattformtypen hinweg bei 48 % liegt (Leimeister et al. 2016, 37ff). Was im Umkehrschluss bedeutet, dass auch auf den Arbeitsplattformen, die weniger Qualifikationen verlangen und teilweise repetitive und routinierte Tätigkeiten anbieten, ein relativ hoher Anteil an Akademiker*innen tätig ist. In den folgenden Abschnitten soll deshalb noch genauer auf die Auswirkungen eingegangen werden, die durch verschiedene Mechanismen der Arbeitsplattformen ausgelöst werden und wie jene den Arbeitsalltag der Nutzer*innen beeinflussen können.

Cloudworking als Nebenverdienst

Zuverlässige Zahlen oder aktuelle Beschäftigungsstatistiken zu Cloud- und Crowdfunding in Österreich gibt es nicht. Eine 2016 durchgeführte Umfrage von Huws und Joyce ergab, dass nur 2 % der österreichischen Crowdfunder*innen ihr gesamtes Einkommen aus dem Crowdfunding beziehen (vgl. Huws/ Joyce 2016, 3). Es kann also davon ausgegangen werden, dass diese Art der Arbeit hauptsächlich als Nebentätigkeit betrieben wird. Zu bedenken gilt, dass die Studie, welche in Zusammenarbeit mit der österreichischen Arbeiterkammer zustande gekommen ist, bereits mehrere Jahre zurück liegt und als bezahlte Onlineumfrage durchgeführt wurde und nicht zwischen den verschiedenen Tätigkeitsbereichen differenziert. In der Studie von Leimeister et al. 2016 wurde diese Unterscheidung eingeführt und sie schätzen für Deutschland die folgende Verteilung des Cloudworkings als Nebenverdienst:

- 94 % im Bereich der Mikrotasks
- 81 % bei Design Plattformen
- 86 % auf Testing- Plattformen

- 72 % auf Marktplatz Plattformen

(vgl. Leimeister et al. 2016, 48)

Die folgende Darstellung zeigt, die berufliche Situation von Crowdworker*innen, aus der Studie von Leimeister et al. 2016:

	Mikrotasks	Design	Testing	Marktplatz
Arbeitssuchende	3 %	3 %	2 %	8 %
Angestellte (Teilzeit)	8 %	9 %	9 %	9 %
Angestellte (Vollzeit)	22 %	Keine Angabe	33 %	18 %
Freiberufliche	3 %	34 %	14 %	27 %
Selbstständige	6 %	19 %	7 %	20 %
Schüler*innen	8 %	3 %	7 %	2 %
Studierende	44 %	28 %	12 %	12 %
Auszubildene	6 %	Keine Angabe	Keine Angabe	1 %
Hausfrau/-mann	Keine Angabe	Keine Angabe	7 %	2 %
Rentner*innen	Keine Angabe	3 %	9 %	1 %
Insgesamt	100 %	100 %	100 %	100 %

Tabelle 1: Berufliche Situation der Crowd Worker (nach Cluster)

Quelle: In Anlehnung an Leimeister et al. 2016, 41f (N = 248)

Über die Plattformen hinweg machen Angestellte in Vollzeit, Freiberufliche, Selbstständige und Studierende die größten Gruppen aus. Grundsätzlich ist das Crowdworking, aber mit allen Erwerbsformen potenziell kombinierbar (vgl. Schwarz 2019, 106).

Ein entscheidender Faktor für eine derartige Hybridisierung der Erwerbsarbeit ist die freie Zeiteinteilung und das selbstbestimmte Annehmen von Aufträgen durch die Cloudworker*innen (vgl. Kramer 2019, 4f). Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die Flexibilisierung der Arbeitszeit, als solche „bezeichnet man eine Arbeitszeitorganisation, bei der die tägliche Arbeitszeit von festen Beginn- und Endzeiten abweicht und bei der die Arbeitszeit nicht jeden Tag und auch nicht jede Woche gleich lang sein muss“ (Flecker 2017, 106). Die Flexibilisierung der Arbeitszeit und im Falle des Cloudworkings auch jene des Arbeitsortes, bringt aber nicht nur positive Entwicklungen mit sich. Kratzer meint, dass durch die Erschütterung der Grenzen zwischen Erwerbsarbeit und Lebenswelt, also Flexibilisierung, ein Entgrenzungsprozess stattfindet (vgl. Kratzer 2017, 116). Neben der zeitlichen- bzw. räumlichen Entgrenzung sind weitere Quellen im Cloudworking durch folgende Entwicklungen zu vermuten:

- Gesteigerte Auslagerung der Arbeit, wodurch prekäre Arbeitsverhältnisse geschaffen werden (vgl. Kratzer/ Sauer 2003, 111).
- Selbstorganisation von Lage, Ort, Dauer und Verteilung der Arbeit. Wobei vermehrt eigene Ressourcen eingesetzt werden müssen (vgl. Kratzer/ Sauer 2003, 112f).
- Indirekte Steuerung: Wobei sowohl die Steuerung durch den Markt als auch die Festsetzung der Rahmenbedingungen und Kontrolle der Ziele durch das Management miteinberechnet werden (vgl. Kratzer/Sauer 2003, 112).

Die Personen, die ihre Arbeitskraft auf den Onlineplattformen anbieten, sind ständig am Markt und das kann zu einer akzentuierten Selbstökonomisierung führen (vgl. Manske 2007, 121). Gottschall und Betzelt haben 2001 die Lage der Kulturberufe als „Sonderstellung“ bezeichnet, da sich jene durch fehlende Einbindungen in korporatistische Strukturen auszeichnen und deshalb nicht wirklich mit dem Begriff Arbeitnehmer*innen bezeichnet werden können (Gottschall/ Betzelt 2001, 6). Und hier ergibt sich eine Gemeinsamkeit mit den Cloudworker*innen, da jene auch ständig am Markt sind, aber nicht wirklich in einer Unternehmensstruktur eingebunden sind und ebenfalls nicht als Arbeitnehmer*innen bezeichnet werden können, sondern mehr als Auftragnehmer*innen. Aber unter welche Form des Arbeitsverhältnisses lassen sich Cloud- bzw. Crowdfunding überhaupt fassen?

Cloudworking als atypische Beschäftigung

Allgemein gelten jene Arbeitsformen, die von dem Normalarbeitsverhältnis abweichen als atypische Beschäftigung (vgl. Flecker 2018, 47). Das Normalarbeitsverhältnis ist durch eine „unbefristete, voll sozialversicherungspflichtige und dem Arbeitsrecht unterliegende Vollzeitbeschäftigung mit Einbindung in einen Betrieb und Vertretung durch einen Betriebsrat“ (Flecker 2018, 46) gekennzeichnet. Die Arbeitsplattformen stellen die für sie Arbeitenden als eigenständige Marktteilnehmer*innen dar und beschränken ihre Rolle dabei auf das bloße Vermitteln von Aufträgen, gegen ein Entgelt (vgl. Flecker 2017, 74).

Die Auftragnehmer*innen auf den Onlineplattformen werden in der Literatur vielfach als Solo-Selbstständige bezeichnet, da sie durch die Anmeldung auf den Plattformen zu Selbstständigen werden.

Als Solo-Selbständige gelten jene „Personen (...), die ihr eigenes Unternehmen führen bzw. ihre Profession selbstständig ausüben ohne weitere Personen regulär zu beschäftigen“ (Schulze Buschoff 2007, 20 f). Was auf Personen, die im Cloudworking tätig sind, zutrifft ist, dass sie Allein- bzw. Soloselbstständige sind, da sie die Aufträge nicht mit Angestellten bearbeiten, bzw. keine Angestellten haben. Wobei in der Literatur in Bezug auf Cloudworking oft auch von Schein- Selbstständigen gesprochen wird (vgl. Kocher 2019). Schein- Selbstständige gelten zwar formal als Selbstständige (mit oder ohne Gewerbeschein), haben aber nicht dieselben Vorteile wie reguläre Selbstständige, z.B. Weisungsungebundenheit und Entscheidungsspielräume (vgl. Sardavar et al. 2013, 7). Die Arbeitsbedingungen von Schein-Selbstständigen ähneln mehr jenen von klassischen Arbeitnehmer*innen, als jenen von Selbstständigen (vgl. Sardavar 2013, 7). In Bezug auf die Cloudworker*innen wird aktuell aber eher von hybriden Selbstständigen gesprochen, da sie durch ihre Patchwork- Erwerbstätigkeit (Manske) oft einer Mischung aus abhängiger- und unabhängiger Erwerbsarbeit nachgehen (vgl. Schwarz 2019, 98).

Risak betont jedoch, dass hier nicht pauschalisiert werden darf, denn nicht alle Cloudworker*innen sind auch Selbstständige. Um dies zu beurteilen, muss erstens festgestellt werden, mit wem die Auftragnehmer*innen überhaupt einen Vertrag eingehen, da das österreichische Arbeitsrecht auf zweipersonale Vertragsbeziehungen im Bereich Arbeit ausgelegt ist (vgl. Risak 2017, 46).

Und zweitens die Funktionsweise der Plattform analysiert werden, denn mit steigender Fremdbestimmung und daraus folgenden persönlichen Abhängigkeiten, wäre dabei von einem Arbeitsvertrag zu sprechen (vgl. Risak 2017, 60).

Grundsätzlich ist es bis dato aber so, dass die Cloudworker*innen zum Großteil nicht dem Arbeitsrecht unterstehen und damit auch keinen Anspruch auf Sozialleistungen, Urlaub und Pension haben, insofern sie diese nicht selbst bezahlen. Bruckner und Krammer sprechen sich deshalb dafür aus, sowohl den Arbeitgeber*innen, als auch den Arbeitnehmer*innen Begriff auszuweiten und in die Sozialversicherung zu integrieren, um sowohl die Auftragnehmer*innen zu schützen, als auch das Bestehen des Sozialsystems zu gewährleisten (vgl. Bruckner/ Krammer 2017, 301f).

Die meisten Plattformen definieren in ihren Geschäftsbeziehungen das Rechtsverhältnis zu ihren Leistungserbringer*innen jedoch als Selbstständigkeit. Rechtlich gesehen ist dies jedoch in manchen Fällen eher eine Scheinselbstständigkeit, die vor allem durch Schwarzarbeit gekennzeichnet ist (vgl. Albrecht 2019, 130).

Um dem allen entgegenzuwirken haben Risak und Lutz den Entwurf eines Crowdworking-Gesetzes gewagt und darin die entscheidenden Faktoren festgehalten, die zu einer Verbesserung der Lage für die Auftragnehmer*innen führen können (vgl. Risak/ Lutz 2017, 355). Die zentralen Punkte darin sind:

- Die Ausweitung des Arbeitnehmer*innen und Arbeitgeber*innen Begriffs
- Die Ausweitung des zweipersonalen Verhältnisses bei Verträgen
- Die Anerkennung der Plattformarbeit als Arbeitsverhältnis
- Die gewerberechtliche Zuordnung von Plattformen, damit die Zuteilung zu Kollektivverträgen möglich wird

(vgl. Risak/ Lutz 2017, 355ff).

Daneben werden noch weitere Forderungen gestellt, wobei sich viele auf das Offenlegen von Informationen seitens der Plattformen beziehen, worüber im Abschnitt „Ungleiche Machtverhältnisse“ Genauerer zu lesen ist. Seit 2017 gibt es einen freiwilligen Code of Conduct den die Plattformen unterschreiben können (siehe: <https://www.crowdsourcing-code.com/index-en.php>). Dieser ist rechtlich unverbindlich und die Einhaltung wird nicht durch Dritte kontrolliert und ist deshalb kein Ersatz für kollektive Regelungen (vgl. Bormann/ Haake 2017, 141).

Cloudworking als prekäre Beschäftigung

In dem Abschnitt „Überblick: Plattformen und Funktionen“ wurde bereits teilweise umrissen, wie sich die Bezahlung der Plattformarbeitenden im Cloudworking zusammensetzen kann. Ebenfalls festgestellt werden konnte im Absatz „Cloudworking als Nebenverdienst“, dass die Plattformtätigkeit hauptsächlich als Nebenerwerb stattfindet. Weil Cloudworking bzw. Crowdworking für viele nur ein sporadischer Zuverdienst ist, scheint es für wenige Erwerbstätige lohnenswert, mehr Engagement für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu zeigen (vgl. Bormann/ Haake 2017, 139). Außerdem besteht die Gefahr der Ausbeutung, durch eine Vielzahl von Mechanismen wie z.B.:

„Die Verrichtung der Arbeit von zu Hause erlaubt erstens diese mit Reproduktionsarbeit zu kombinieren; zweitens bedient sie den Mythos der „müßigen“ Hausfrau, die die Näharbeit – oder die microtasks bei Mechanical Turk – eigentlich nur zum Zeitvertreib macht und deswegen auch nicht nach geltenden Standards bezahlt werden muss“ (Altenried 2017, 185f).

Dieser Abschnitt soll klar machen, dass ein Handlungsbedarf besteht. In diesem Kapitel soll deshalb genauer darauf eingegangen werden, wie sich die Verdienste aus dem Cloudworking zusammensetzen und unterscheiden. Ebenfalls sollen die Folgen und Auswirkungen des Entlohnungssystems beleuchtet werden, die aus der Plattformarbeit resultieren.

Eine Prekäre Anstellung wird in der Literatur wie folgt beschrieben:

„Ein Erwerbsverhältnis gilt als prekär, wenn es nicht dauerhaft oberhalb eines von der Gesellschaft definierten kulturellen Minimums existenzsichernd ist und deshalb bei der Entfaltung in der Arbeitstätigkeit, gesellschaftlicher Wertschätzung und → Anerkennung, der Integration in soziale Netzwerke, den Partizipations-chancen und der Möglichkeit zu längerfristiger Lebensplanung dauerhaft diskriminiert“ (Dörre 2017, 258).

Es gilt hier zu untersuchen, ob beim Cloudworking von einer prekären Anstellung gesprochen werden kann. Denn nicht jede atypische Beschäftigung, ist gleichzeitig eine Prekäre, birgt aber ein erweitertes Potenzial dafür (vgl. Flecker 2017, 97).

Zuverlässige Zahlen zu durchschnittlichen Stundenlöhnen von Auftragnehmer*innen auf Cloudworking Plattformen wieder zu geben ist problematisch, da die Angaben stark variieren. Dabei gibt etwa die oberösterreichische Arbeiterkammer einen durchschnittlichen Stundenlohn von 1,50 € für Amazon Mechanical Turk an (vgl. Arbeiterkammer), während Fair Crowd Work einen von 10,65 € angibt (vgl. Fair Crowd Work b).

In der Studie von Leimeister et al. wurde über alle Cluster hinweg ein durchschnittliches monatliches Einkommen von 326,17 € ermittelt, wenn das Cloudworking als Nebentätigkeit erledigt wird (vgl. Leimeister et al. 2016, 49). Bei einer durchschnittlichen Arbeitszeit von 13,7 Stunden in der Woche über alle Cluster (= Mikrotasks, Marktplatz, Design und Testing) hinweg (vgl. Leimeister et al. 2016, 50), ergibt sich damit ein durchschnittlicher Stundenlohn von knapp 6 €. Dabei sehen die Verdienste im Bereich Mikrotasks, Marktplatz und Testing relativ ähnlich aus, während sie bei den Designplattformen etwas höher sind (vgl. Leimeister et al. 2016, 49). Schmidt 2017 hingegen argumentiert, dass auf Designplattformen nicht von fairer Entlohnung gesprochen werden kann, da der Verdienst zu einem Glückspiel gemacht wird und als prekäre Bezahlung gesehen werden kann (vgl. Schmidt 2017a, 17).

Das macht klar, dass nicht nur die Bezahlung allein dafür ausschlaggebend ist, ob eine Erwerbsarbeit als prekär angesehen werden kann. Die Armutsgefährdungsschwelle liegt 2021 in Österreich bei 1.371 € für einen Einpersonenhaushalt (vgl. ÖGB). Dies wäre mit dem durchschnittlichen Stundenlohn von 6 € nur bedingt erreichbar und im Bereich der Cloudworker*innen kann sowohl von working poor, als auch von prekärer Bezahlung gesprochen werden.

Betrachtet man die Soloselbstständigen bzw. Alleinselbstständigen in Österreich insgesamt, dann zeigt sich, dass 29 % ein monatliches Nettoeinkommen von unter 1.100€ haben und für 37 % reicht der Verdienst „knapp oder gar nicht“ (vgl. Leibetseder/ Hofinger 2019, 24ff). Ursula Huws hat in diesem Zusammenhang auch vom Cybertariat“ gesprochen, also einer neuen digitalen Arbeiterklasse (vgl. Huws 2003). Durch die Selbstbestimmung der Arbeitszeit und die Bezahlung pro erledigten Auftrag wird im Zusammenhang mit der Plattformarbeit auch oft von digitalen Tagelöhner*innen (vgl. Lücking 2019, 6) gesprochen. Was sich auch darauf bezieht, dass die Auftragslage sehr unsicher ist und viele Cloudworker*innen auf mehreren Plattformen gleichzeitig angemeldet sind, um sicherstellen zu können, dass sie immer On-Demand- Zugriff auf neue Aufträge (vgl. Strube 2019, 96) und somit auch auf einen Verdienst haben.

Was die Verdienstmöglichkeit zusätzlich prekariert ist das Risiko, dass erledigte Aufträge nicht bezahlt werden. Dies kommt vor allem vor, wenn Auftraggeber*innen darauf bestehen, eine alternative Zahlungsmethode in Anspruch zu nehmen, welche nicht über die Plattform abgewickelt wird, um deren Gebühren zu umgehen, was auch im Interesse der Auftragnehmer*innen liegt.

Besonders problematisch ist dabei, dass die Auftraggeber*innen für das Nicht- Bezahlen weder einen Grund nennen müssen noch ausreichend rechtlich dafür belangt werden können (vgl. Schörpf et al. 2017, 53). Näheres dazu ist im Kapitel „Die Bezahlung“ nachzulesen. Zusammenfassend kann hieraus aber festgehalten werden, dass sowohl die niedrigen als auch unregelmäßigen und instabilen Vergütungsverhältnisse zu einer Prekarisierung der Plattformarbeit beitragen.

Autonomie beim Cloudworking

Was sind also die Beweggründe dafür als Soloselbstständige auf online Arbeitsplattformen zu arbeiten? In einer Befragung von alleinselbstständigen Österreicher*innen gab ein Großteil an, dass vor allem das Streben nach mehr Autonomie sie dazu bewegt hat, dieser Art der Arbeitsform nachzugehen (vgl. Pongratz 2020, 15). In dem folgenden Kapitel wird beleuchtet, was Autonomie in diesem Zusammenhang bedeutet und wie diese in Bezug auf das Cloudworking aussieht.

Ein zentraler Aspekt im Zuge der Humanisierung von Arbeit war Autonomie, von der sich mehr Zufriedenheit versprochen wurde (vgl. Mikl- Horke 2007, 158). „Damit eng verbunden war die Forderung der Selbstbestimmtheit des Arbeitens gegenüber der durch die Fremdbestimmtheit erzeugten „Entfremdung““ (Mikl- Horke 2007, 158).

Diese Autonomie beinhaltet etwa Handlungsalternativen, Gestaltungsspielräume, aber auch die Beteiligung an Entscheidungen und Kontrolle, sowie die jenen Faktoren zugrundeliegenden sozialpsychologischen Wünschen, Fähigkeiten und Forderungen der einzelnen Individuen (vgl. Nitschke 1988, zitiert nach Mikl- Horke 2007, 158). Die ersten vier Punkte dieser Definition werden für diese Arbeit noch von hoher Relevanz sein, da sich in den folgenden Abschnitten immer wieder darauf bezogen wird, inwieweit diese Elemente der Autonomie im Cloudworking erfüllt werden. In Bezug auf die Handlungsalternativen, kann man sich ansehen welche Alternativen den Auftragnehmer*innen zur Verfügung stehen.

In einer Untersuchung zu Mikro- und Makroplattformen, welche nicht nur klassische Mikrotasks, sondern auch größere Aufträge beinhalten konnte festgestellt werden, dass die Auftragnehmer*innen einerseits partiell mobil auf mehreren Plattformen agieren und durchschnittlich ein Drittel Abhängigkeitsverhältnisse dahingehend wahrnehmen (vgl. Gerber 2020, 190). Der Großteil der Auftragnehmer*innen haben also nicht das Gefühl von einer speziellen Seite abhängig zu sein und nicht auf eine andere wechseln zu können.

Im Bereich der Arbeitszeit wird den Auftragnehmer*innen wie etwa bei Testbirds versprochen: „Dann kannst Du selbst entscheiden, ob Du mitmachen willst. Du hast grundsätzlich die Wahl, ob Du lieber tagsüber oder abends testest“ (Testbirds b). Dieser kurze Auszug macht klar, dass von den Plattformen vermittelt wird, dass sowohl Arbeitspensum als auch Arbeitszeit von den Auftragnehmer*innen selbst bestimmt werden können, ebenfalls ist eine örtliche Flexibilität durch das Cloudworking gegeben, sodass die Möglichkeit besteht, jederzeit von überall Aufträge zu erledigen. Ulrich Beck spricht von Dezentralisierung des Arbeitsortes und einer Flexibilisierung der Arbeitszeit (vgl. Beck 1986, 22).

Der Arbeitsplatz wird nun nicht mehr einfach besetzt, sondern aktiv gestaltet und die Arbeitnehmer*innen zu Ich- Unternehmer*innen (vgl. Castel 2007, 61). Diese neuen Arbeitnehmer*innen bezeichnen Voß und Pongratz als Arbeitskraftunternehmer*innen (vgl. Voß/ Pongratz 1998), wobei diese Form der Arbeit durch Flexibilisierung auch als belastend für die Arbeitnehmer*innen empfunden werden kann.

Da ein Marktdruck empfunden wird ständig erreichbar zu sein und dementsprechend auch Aufträge entgegen nehmen zu können, da man in der ständigen Angst lebt, einen Auftrag verpassen zu können fällt es schwer mit dem Arbeiten aufzuhören (vgl. Schörpf et al. 2017, 52). Hier kann erneut das Thema der Entgrenzung miteinbezogen werden, da durch die ständige Erreichbarkeit und die unstillen Arbeitszeiten eine Vermischung zwischen Arbeits- und Freizeit zustande kommen kann. In der Untersuchung von Schörpf konnte jedoch festgestellt werden, dass diese verschwimmenden Grenzen auch positive Aspekte bringen, da es vor allem die Arbeit bei kreativer Tätigkeit als Teil der individuellen Persönlichkeit wahrgenommen wird und dementsprechend die Grenzen bewusst unscharf gehalten werden (vgl. Schörpf 2018, 259). Zusammenfassend kann hieraus festgehalten werden, dass die vermittelte und die tatsächlich empfundene Autonomie in Bezug auf die Arbeitszeiten divergieren können, wie diese in der vorliegenden Arbeit von den Befragten empfunden wurde ist im Abschnitt Arbeitszeit und Organisation nachzulesen.

Die Bewertungssysteme

Ein weiterer zentraler Punkt sind die Bewertungs- und Rankingsysteme, welche auf den Arbeitsplattformen genutzt werden, um die Qualität der Arbeit von Auftragnehmer*innen abzubilden. Diese Bewertungen sind oftmals in der einer 1 bis 5 Sternebewertung oder schriftlichen Kurzbewertungen dargestellt, die neben Attributen wie Qualität, Schnelligkeit bzw. Antwortverhalten auch Fähigkeiten der Auftragnehmer*innen beinhalten (vgl. Schörpf et al. 2017, 50).

Diese Bewertungen werden dann auf den Onlineprofilen der Cloudworker*innen für alle sichtbar dargestellt und sind laut Auftraggeber*innen neben dem Preis eines der Hauptauswahlkriterien, wenn sie sich nach geeigneten Auftragnehmer*innen umschauen (vgl. Schörpf et al. 2017, 50). In Kreativwettbewerben kommt der Bewertung weniger Wichtigkeit zu, da hier vor allem das beste Projekt gewinnt und die Identität der Auftragnehmer*innen weniger maßgebend ist (vgl. Schörpf et al. 2017, 50). Wie dies tatsächlich von Auftragnehmer*innen bei Kreativwettbewerben wahrgenommen wird kann im Abschnitt „Nicht automatisierte Kontrolle“ nachgelesen werden. Mit den Bewertungssystemen wird auch eine Eintrittsbarriere für die Auftragnehmer*innen geschaffen, da sie ohne (gute) Bewertungen auf ihrem Profil nur sehr schwer an Aufträge kommen, weswegen sie ihre Preise niedrig ansetzen, um Auftraggeber*innen anzulocken (vgl. Schörpf et al. 2017, 51).

Jene sind es auch, welche die Bewertungen verfassen, was vielfach als zeitaufwendig beschrieben wird (vgl. Schörf et al. 2017, 50) und man könnte argumentieren, dass sie im Sinne von Voß und Rieder zu „mitarbeitenden Kund*innen“ werden (vgl. Voß/ Rieder 2005). Eine gegenseitige Bewertung ist in den meisten Fällen nicht vorgesehen, also Auftragnehmer*innen haben nicht die Möglichkeit ihre Erfahrungen mit den Auftraggeber*innen zu teilen (vgl. Kramer 2019, 4). Eine Ausnahme dabei bildet die Arbeitsplattform Upwork, dazu später mehr.

Neben den Bewertungssystemen gibt es noch weitere sogenannte Gamification Tools, die eingesetzt werden, um längere Arbeitszeiten und eine gesteigerte Kontrolle über die Auftragnehmer*innen zu erlangen (vgl. Schmidt 2017a, 12). Woodcock und Johnson definieren Gamification als: „(...) the application of game systems – competition, rewards, quantifying player/user behaviour – into non-game domains, such as work, productivity and fitness“ (Woodcock/ Johnson 2018, 542). Des Weiteren beschreiben sie, dass Gamification ein nicht zu unterschätzendes Phänomen ist, welches durchaus problematisch sein kann (vgl. Woodcock/ Johnson 2018, 543). Man könnte daher argumentieren, dass Kreativwettbewerbe an sich bereits eine Form von Gamification darstellen, da sie die relevanten Punkte der Definition von Woodcock und Johnson erfüllen. In Untersuchungen zu Amazon Mechanical Turk (= Microwork), erkannte Lehdonvirta 2018, dass Proband*innen die Arbeit wie ein Videospiel wahrgenommen haben und ihre Verdienste wie Punkte zählten (vgl. Lehdonvirta 2018, 22). Die Auftragnehmer*innen können ihre persönlichen Bestzeiten und Tagesziele online teilen und dadurch wird ein kompetitives Klima geschaffen (vgl. Lehdonvirta 2018, 26).

Aber vor allem bei etwas größeren und kreativen Aufträgen gibt es oft die Möglichkeit die Kreationen der anderen zu liken und zu kommentieren, was sowohl ein Gefühl der Anerkennung als auch des Leistungsdruckes für die Auftragnehmer*innen bedeuten kann (vgl. Gerber/ Krzywdzinsk 2017, 8). Wobei gleichzeitig die Grenze zwischen Produktion und Spiel verschwimmt (vgl. Gerber/ Krzywdzinsk 2017, 8).

Dieses Kapitel sollte einen kurzen Einblick in den Stand der Forschung bieten, damit im Folgenden genauer auf gewisse Themen, die hier bereits angeschnitten wurden, eingegangen werden kann.

Theoretischer Zugang

Von den Anfängen

Frederik W. Taylors Konzept sollte Menschen produktiver machen. Er zerlegte Arbeitsschritte in kleinste Einheiten und ermittelte die dafür benötigte Mindestzeit „Normalzeit“, in der diese Arbeitsschritte durchgeführt werden sollen. Konnte jemand diese Zeiten nicht einhalten, musste die Person mit Lohnminderungen, Herabstufung, Versetzung oder gar Kündigung rechnen (vgl. Schmidt 2017b, 293). Sollte es die Person aber schaffen, die Normalzeit über einen längeren Zeitraum einzuhalten und die Produktivität hochzuhalten, konnte sie mit Lohnsteigerungen und Beförderungen rechnen (vgl. Schmidt 2017b, 293). In der marxischen Tradition verkaufen Menschen ihre Arbeitskraft für einen gewissen Zeitraum am Arbeitsmarkt und produzieren dabei mit den Produktionsmitteln des Kapitalisten gewisse Produkte (vgl. Marx/ Engels 1962, 610). Im Falle des Cloudworking ist es aber, so dass die Personen ihre Arbeit in Form von erfüllten Aufträgen verkaufen und die Produktionsmittel dazu selbst besitzen. Deshalb kann hierbei nicht von Zeitlohn, sondern von Stücklohn gesprochen werden. Dabei ist es dann im Eigeninteresse der arbeitenden Person, die Arbeitskraft möglichst intensiv auszudehnen, damit der Verdienst steigt (vgl. Marx/Engels 1962, 581f).

Taylor war der Ansicht, dass durch diese Zerteilung eine Win- win- Situation entsteht, in der die Arbeiter*innen hohe Löhne und die Arbeitgeber*innen niedrige Personalkosten erhalten (vgl. Taylor 2012, 8). Weil sich die Arbeitnehmer*innen bessere Löhne erarbeiten können und während der Arbeit nicht mehr trödeln und stattdessen maximale Produktivität erreichen, wie es vor dem sogenannten Scientific Management der Fall war, sind beide Parteien zufriedengestellt (vgl. Taylor 2021, 10f).

Modus operandi des Taylorismus war es den Angestellten kleine Arbeitspakete zu überlassen, die durch genaue Anweisungen in einer gewissen Zeit erledigt werden sollen (vgl. Taylor 2012, 31). Hierbei wurden unter anderem Mitverantwortung, Partizipation und ein freundliches Arbeitsumfeld propagiert, welche einen motivierenden Einfluss auf die Arbeitnehmer*innen haben sollen (vgl. Taylor 2012, 27ff). Das Management sollte dabei nicht nur instruierend agieren, sondern auch diejenigen, welche die standardisierte und härtere Arbeit nicht schaffen (wollen) entlassen (vgl. Taylor 2012, 65).

Nimmt man in diesem Zusammenhang Bezug auf das Cloudworking, lassen sich durchaus Parallelen entdecken, auch wenn zunächst festgestellt werden muss, dass jene nicht als Arbeitnehmer*innen gelten, sondern als Auftragnehmer*innen, wie bereits weiter oben festgestellt werden konnte. Im Cloudworking geht es ebenfalls teilweise um sehr kleine Arbeitspakete, welche innerhalb eines gewissen Zeitraums abgearbeitet werden müssen, falls dies nicht geschieht, sind damit Sanktionen z.B. in Form von schlechten Bewertungen verbunden. Dies ist vor allem bei Mikrotasks und den Kreativwettbewerben der Fall, bei den Testing und Freelancer*innen Marktplätzen, sind die Aufgabenpakete teilweise größer und die Zeitspannen flexibler. Wobei der Zeitraum für die Erledigung der Aufträge und die Antwortzeit auch in die Ratings der Auftragnehmer*innen mit ein fließen (vgl. Schörpf et al. 2017, 50).

Neu sind diese Vorstellungen von Arbeitspaketen aber nicht, denn bereits Adam Smith hat mit seinem Berühmten Stecknadel Beispiel in seinem Werk „Der Wohlstand der Nationen“ 1776 auf die Vorteile der Arbeitsaufteilung hingewiesen.

Im Zuge des Taylorismus wird auch Charles Babbage erwähnt, der die Idee noch weiterdachte und über die Zerteilung der Arbeitsprozesse auch die Vorstellung miteinbrachte, die Arbeitsschritte nach den dafür notwendigen Fähigkeiten zu zerteilen (vgl. Babbage 1835, 175). Denkt man dabei an das Cloudworking wird sich diesem Prinzip bedient, denn die Mikrotasks, die einfache und routinierte Aufgaben beinhalten, werden auf gesonderten Plattformen, an eine eigene Zielgruppe gestellt, während die anspruchsvolleren Aufträge, auf eigenen Plattformen angeboten werden. Am Beispiel Amazon Mechanical Turk erwähnt Irani 2015 auch, dass auf der Plattform selbst zwischen „dummen“ Aufgaben und Innovationsaufgaben unterschieden wird und diesen jeweils eine andere Wertehierarchie zukommt (vgl. Irani 2015, 729).

Im folgenden Abschnitt soll noch weiter auf die Folgen der Arbeitsteilung nach diesen Schemen eingegangen werden.

Labour Process Theory- LPT

Um die Thematik des Cloudworkings aufzuarbeiten, soll sich einiger Theorien bedient werden, um den Gegenstand aus anderen Blickwinkeln betrachten zu können. Unter anderem auch der Labour Process Theory (Arbeitsprozessstheorie), welche ab den 1980er Jahren an Relevanz gewonnen hat, was vor allem auf Harry Bravermans 1974 erschienenes Werk „Labor and Monopoly Capital“ zurückgeht (vgl. Gandini 2019, 1045). In diesem greift er immer wieder auf die Theorien Marx zurück und wendet diese auf die Arbeitsorganisation und Arbeitsbeziehungen seiner Zeit an (vgl. Flecker 2017, 163).

Braverman nimmt auch erneut Bezug auf Babbage und sagt, dass diese Art der Arbeitsorganisation in Krisenzeiten, wie etwa wenn Krieg herrscht und wenige qualifizierte Arbeitskräfte vorhanden sind und effizient eingesetzt werden müssen, vertretbar ist aber ansonsten nur zur Zerstörung von Allround- Fähigkeiten führt (vgl. Braverman 1974, 82). Die Zerstörung der Allround-Fähigkeiten meint hier etwa die anderen Arbeitsschritte, die zur Fertigung eines Produktes benötigt werden und diese werden von den Arbeiter*innen nicht mehr erlernt, wenn sie nur einen einzigen Schritt in der Produktion übernehmen. Wenn wir uns nun das Beispiel Cloudworking ansehen, wird klar, dass die Logik der zerteilten Arbeitsschritte auch hier angewendet wird. Sieht man sich etwa die Auftragsbeschreibungen auf den Plattformen an, dann fällt ins Auge, dass es sich dabei um Teilaufgaben handelt, vor allem im Bereich der Mikrotasks. Diese sind oft sehr kleine, einfache und vor allem routinierte Tätigkeiten (vgl. Greef et al. 2020, 211). In der Untersuchung von Degryse konnte herausgefunden werden, dass gewisse Technologien dazu beitragen, dass Arbeiter*innen an Fähigkeiten (Skills) verlieren (vgl. Degryse 2016, 48). Und auch nichts dagegen unternommen wird, weil die Plattformen mehr auf die Bewertungen der Auftragnehmer*innen fixiert sind, als darauf diese weiterzubilden (vgl. Degryse 2016, 48). Was aber nicht bedeutet, dass sich die Auftragnehmer*innen nicht selbst Strategien angeeignet haben, um sich selbst weiterzubilden. Vor allem Freelancer*innen nehmen Onlinekurse, den Austausch mit Anderen und Selbststudium wahr, um sich neues Wissen anzueignen (vgl. Margaryan 2019, 250).

Des Weiteren sagt Braverman über die Arbeitsteilung, dass durch das Zerstückeln in immer kleinere Einzelteile die persönlichen Fähigkeiten an Bedeutung verlieren, da nur diese kleinen Elemente in der Kette der Produktion erledigt werden müssen (vgl. Braverman 1974, 130). Laut Braverman werden im Monopolkapitalismus gute Fähigkeiten gegen einfache und weniger wertige ausgetauscht (vgl. Smith 2015, 226).

Was aber nicht nur Nachteile hat, denn so wird etwa durch Cloudworking auch Menschen mit Beeinträchtigung oder gering Qualifizierten, der Zugang zu Arbeit erleichtert (vgl. Jochmaring/ York 2022, 149). Wie bereits weiter oben erwähnt liegt der Akademiker*innen Anteil über alle Plattformen hinweg bei 48 %, das heißt fast jede zweite Person hat mindestens einen Bachelorabschluss (vgl. Leimeister et al. 2016, 37ff). Dies scheint nicht wirklich ein Indikator dafür zu sein, dass nur Personen mit geringer Qualifizierung teilweise einfache Tätigkeiten ausüben.

Dabei haben Auftragnehmer*innen auf Plattformen auch nur beschränkte Möglichkeiten ihre Qualifikationen effektiv zu signalisieren, denn anerkannte Zertifikate wie etwa der TOEFL oder der ECDL werden nicht verwendet um die Qualifikationen der Auftragnehmer*innen zu überprüfen, sondern eigene Softwares der Plattformen kommen dafür zum Einsatz (vgl. Schörpf et al. 2017, 49). Außerdem spielen die individuellen Fähigkeiten bei Mikrotasks eher eine untergeordnete Rolle, da vor allem bei Freelancer*innen gezielt nach Personen mit gewissen Skills gesucht wird, die einen spezifischen Auftrag erledigen können, welcher auch spezieller Fähigkeiten bedarf (vgl. Margaryan 2019, 251). In einer Untersuchung von Kreativen- und IT-Cloudworker*innen von Al-Ani und Stumpp konnte sogar herausgefunden werden, dass neben Spaß und zusätzlichem Einkommen, der Faktor Lernen neuer Skills einer der Hauptmotivatoren war, der die Freelancer*innen dazu bewogen hat, diese Art der Beschäftigung zu ergreifen (vgl. Al-Ani/ Stumpp 2016, 8). Diese Fähigkeiten beziehen ich dabei vor allem auf Sprachkenntnisse, neue Programme und persönliche Weiterentwicklung (vgl. Al- Ani/Stumpp 2016, 9). Hieraus kann festgehalten werden, dass das Deskillung nicht wirklich eine übergeordnete Rolle im kreativen Cloudworking zu spielen scheint, aber im Bereich der Mikrotasks nicht zu vernachlässigen ist. Hierbei muss die Art der Tätigkeit miteinbezogen werden, welche im Bereich der kreativen Cloudworker*innen (Freelancer*innen und Kreativwettbewerbe) komplexer und aufwendiger ist als bei den Mikrotasker*innen.

Einer der zentralen Punkte bei Braverman und Taylor war das Element der (Management) Kontrolle: „Braverman assumed management direct control was the primary glue of social relations within all societies in the era of monopoly capitalism” (Smith 2015, 226). Im folgenden Kapitel sollen die verschiedenen Formen der Kontrolle und die Management Kontrolle im Cloudworking bearbeitet werden.

Kontrolle

Das aus dem Französischen stammende Wort Kontrolle bedeutet Gegenprobe und soll den Ist-Zustand mit dem Soll- Zustand vergleichen und etwaige Diskrepanzen aufdecken, die außerplanmäßig sind (vgl. Jacob 1973, 1). Nun stellt sich die Frage, inwieweit eine solche Überprüfung bzw. Gegenprobe für das Cloudworking überhaupt notwendig ist. Marrs identifiziert vor allem das Transformationsproblem und die Unbestimmtheit des Arbeitsvertrages, als geltende Prämisse und Rechtfertigung für Kontrolle im Arbeitskontext (vgl. Marrs 2010, 331).

In Bezug auf Cloudworking scheint es zunächst so, als würde sich das Transformationsproblem auf die Auftragnehmer*innen überlagert (vgl. Kawalec/ Menz 2013, 19). In Kreativwettbewerben etwa, treten die Auftragnehmer*innen ja bereits mit einem fertigen Produkt an, wobei eine Auszahlung ihrer Leistung ungewiss ist (vgl. Kawalec/ Menz 2013, 18f). Demgegenüber argumentiert Gerber:

„Doch auch Plattformmanagements sind mit dem Transformationsproblem der Arbeit konfrontiert. Dabei fehlen ihnen die klassischen Mechanismen der betrieblichen Arbeitssteuerung und -kontrolle: Anstelle eines gemeinsamen Betriebs, Arbeitszeiten, Kolleginnen und dauerhaften Aufgaben sind sie mit Anonymität, Mobilität und Volatilität konfrontiert“ (Gerber 2019, 261).

Unter anderem sind die Plattformen dafür zuständig, dass die Preisspannen, das Qualitätsniveau und der Kundenservice durch die Leistungserbringer*innen (Auftragnehmer*innen) zufriedenstellend erbracht werden, sodass die Plattformen keinen Imageschaden tragen (vgl. Hertwig/ Papsdorf 2017, 541). Dazu haben sich die Plattformen ein Set an Kontroll- und Steuerungsmechanismen zurechtgelegt, um das Transformationsproblem in ihrem Verständnis zu bearbeiten (vgl. Hertwig/ Papsdorf 2017, 541). Welche diese sind und wie sie genutzt werden, soll im Abschnitt „Kontrolle in der Cloud“ besprochen werden. Nun soll zunächst auf die verschiedenen Arten der Kontrolle und den historischen Kontext eingegangen werden, um sie in einem weiteren Schritt mit der Logik des Cloudworkings in Verbindung zu bringen.

Direkte Kontrolle

Richard Edwards definiert Kontrolle folgendermaßen: „Control is here defined as the ability of capitalists and/ or managers to obtain desired work behavior from workers“ (Edwards 1979, 17). Historisch unterscheidet Edwards zwischen drei Arten der Kontrolle, die im zeitlichen Verlauf aufeinander folgten. Zunächst die persönliche oder direkte Kontrolle, welche vor allem im 19. Jahrhundert gängig war, als durch die kleine Firmengröße es dem*r Kapitalist*in noch selbst möglich war die Angestellten zu überwachen oder zumindest mit der Hilfe weniger Vorarbeiter*innen (vgl. Edward 1979, 23ff).

Technische Kontrolle

Aber nicht nur die kleine Unternehmensgröße, sondern auch die fixe geografische Lage des Produktionsprozesses und die Einfachheit dieses, machten die persönliche Kontrolle überhaupt durchführbar (vgl. Edward 1979, 25). Im Monopolkapitalismus, als die Arbeitsabläufe komplexer und die Unternehmen größer wurden kam es dann zur technischen Kontrolle.

Die technische Kontrolle ist eine die bereits in die Logik des technischen Produktionsprozesses eingeschrieben ist (vgl. Edward 1979, 112). Die Arbeitsschritte werden dabei von einer Technologie kontrolliert und beschleunigt (vgl. Edwards 1979, 113). Edwards argumentiert, dass durch die Einführung des Scientific Management im Sinne des Taylorismus, die Aufgabe des Managements vordergründig darin besteht den Output zu überwachen, welchen diese durch die Bestimmung des Stücklohns (piece- rate) vorhersagen konnten (vgl. Edwards 1979, 100). Dies macht klar, dass im Zuge der technischen Kontrolle im Unterschied zur direkten Kontrolle, die Maschine und der Leistungslohn die bestimmenden Faktoren waren und nicht mehr die Vorarbeiter*innen oder Kapitalbesitzer*innen, welche die Arbeitsschritte direkt überwachen.

Bürokratische Kontrolle

Doch durch die Bildung von Gewerkschaften und dem Ruf nach einer Humanisierung der Arbeit, wurde ab 1945 ergänzend die bürokratische Kontrolle eingeführt, die in die sozialen und organisatorischen Strukturen eingebettet ist und zum dominanten Kontrollsystem wurde (vgl. Edward 1979, 130f). Revolutionär war dabei, Fehlverhalten nicht einfach nur zu bestrafen, sondern Anreize zu schaffen, um gutes Verhalten zu motivieren (vgl. Edwards 1979, 142). Solche Anreize waren etwa mehr Verantwortung, bessere Bezahlung, mehr Benefits oder eine Beförderung (vgl. Edwards 1979, 142). Es liegt nun im Eigeninteresse der Arbeiter*innen produktiv zu sein, um diese Anreize erreichen zu können und strenge direkte Kontrolle wird so in vielen Fällen obsolet (vgl. Edwards 1979, 145).

Verantwortliche Autonomie

Auch Andrew Friedman hat sich mit Arbeitsorganisation beschäftigt und identifiziert neben der bereits angesprochenen direkten Kontrolle, die verantwortliche Autonomie (vgl. Friedman 1977). „Durch den Einsatz von „verantwortlicher Autonomie“ versucht das Management hingegen, die ‚positive Seite‘ der Arbeitskraft, ihre Anpassungsfähigkeit, durch sozialtechnologische Integration bzw. ideologische Vereinnahmung der Beschäftigten für die Ziele des Unternehmens nutzbar zu machen“ (Marrs 2010, 334). Friedman postulierte die verantwortliche Autonomie vor allem für kreative und hoch qualifizierte Arbeiten, aber stellt eine allgemeine Tendenz in diese Richtung der Arbeitsorganisation fest, wobei verschiedene Kontrollformen parallel wirken (vgl. Flecker 2017, 164f).

Hegemoniale Kontrolle

Michael Burawoy wirft in die Diskussion mit ein, dass auch die Organisation des Produktionsprozesses von entscheidender Bedeutung ist (vgl. Burawoy 1979, 4). In seinem Werk „Manufacturing consent: changes in the labor process under monopoly capitalism“ beschreibt Burawoy, inwiefern der Konsens ein wichtiges Instrument im Produktionsprozess ist. Er sagt, dass durch gewisse Gestaltungsspielräume eine Art Spiel in den Arbeitsprozess kommt (vgl. Burawoy 1985 nach Marrs 2010, 225). „Michael Burawoy betonte, dass es nicht möglich sei, gleichzeitig ein Spiel zu spielen und dessen Regeln zu kritisieren. So werden nicht nur die Regeln durch die Teilnahme legitimiert und anerkannt, sondern darüber hinaus die Produktionsverhältnisse, durch die die Regeln definiert werden“ (Marrs 2010, 335). Die im Konkurrenzkapitalismus vorherrschende direkte oder despotische Kontrolle legitimierte sich durch fehlende Absicherung und Qualifikationen, aber im Monopolkapitalismus sollen die Angestellten durch Instrumente wie Vertrauen und Überzeugung im Sinne der hegemonialen Kontrolle zu Kooperation bewegt werden (vgl. Marrs 2010, 335).

Marktzentrierte Kontrolle

In den letzten Jahren wird vor allem der marktzentrierte Kontrollmechanismus viel diskutiert (vgl. Boes 2003; Dörre/ Brinkmann 2005). Die Arbeiter*innen sollen dabei nicht vordergründig durch die Anweisungen des Managements gesteuert werden, diese geben nur die Rahmenbedingungen vor innerhalb welcher Aufträge erledigt werden sollen. Die Beschäftigten sollen vor allem durch den Markt und dessen Mechanismen gesteuert werden (vgl. Marrs 2010, 345). Die Beschäftigten sind dabei ständig dem Marktdruck ausgesetzt und fühlen sich selbst dafür verantwortlich die Marktanforderungen zu bewältigen (vgl. Marrs 2010, 344).

Boes und Bultemeier 2008 argumentieren, dass sich eine weitere Synthese vollzogen hat und wir uns bereits einem „neuen marktzentrierten Kontrollmechanismus“ gegenübersehen. Die zentralen Elemente darin sind Informatisierung und Unsicherheit (vgl. Boes/ Bultemeier 2008, 86). Informatisierung meint die „Materialisierung des Informationsgebrauchs“ (vgl. Boes 2005, 5). Das Internet bildet dabei den Informationsraum, der seine Handlungsmöglichkeiten und Strukturen durch das Tun der Anwender*innen ständig verändert (vgl. Boes 2005, 8). Es bilden sich neue Kontroll- und Herrschaftsmodi ab, welche durch das Hereinholen von Marktunsicherheiten in das Unternehmen systematisch Unsicherheiten erzeugen (vgl. Boes 2005, 12).

Boes und Bultemeier argumentieren, dass Beschäftigte dabei nicht auf den Markt oder die Kund*innen reagieren, sondern auf „die selektive Widerspiegelung derselben in Form von Kennziffern und Zielvorgaben“ (Boes/ Bultemeier 2008, 85). Dabei sind alle Beschäftigten gleichermaßen prekär und könnten aus dem Unternehmen ausscheiden, wenn sie einen ungenügenden Wertebeitrag leisten (vgl. Boes/ Bultemeier 2008, 85f). Dieser individuelle Wertebeitrag der einzelnen ist es, was das Bezugssystem für die Kontrolle bildet und nicht mehr die unmittelbare Leistungsverausgabung (vgl. Boes/Bultemeier 2008, 85).

Kontrolle im Cloudworking

Nach diesem kurzen Überblick, über den historischen Verlauf der Kontrollsysteme im Arbeitskontext, soll im Folgenden darauf eingegangen werden, welcher Kontrollmechanismen sich im Cloudworking bedient wird. Es wäre zu erwarten, dass die Personen, welche über Arbeitsplattformen einer Beschäftigung nachgehen nicht wirklich Kontrollmechanismen unterliegen, da sie als Selbstständige, Freelancer*innen und freie Dienstnehmer*innen tätig sind und so ein Eigeninteresse an ihrem Erfolg auf den Arbeitsplattformen haben. Im Folgenden werden aktuelle Kontrollmechanismen von Cloudworking und Arbeitsplattformen besprochen.

Direkte Kontrolle im Cloudworking?

Wie bereits erwähnt gelten die Plattformarbeiter*inne als Soloselbstständige und bezeichnen sich auch selbst als Selbstständige, was bedeutet sie sollten grundsätzlich keinen Formen der direkten Kontrolle unterliegen, die Praxis sieht jedoch anders aus (vgl. Schörpf 2018, 260). Vor allem im Bereich der kreativen Plattformarbeit können nach Schörpf drei Instrumente der Kontrolle durch Auftraggeber*innen identifiziert werden:

1. Ein Projekt inklusive eines Zwischenziels und einem Bearbeitungszeitraum wird definiert
2. Das Endprojekt wird begutachtet und im Zweifelsfall kann eine Überarbeitung gefordert werden
3. Eine Bewertung wird verfasst bzw. ein Rating wird vergeben

(vgl. Schörpf 2018, 261)

Vor allem der zweite Punkt, also die Begutachtung des Endprojekts oder etwaiger Zwischenziele, erinnert stark an eine Praxis der direkten Kontrolle. Es werden aber auch seitens der Plattformen Instrumente eingesetzt, welche direkt die aktuelle Arbeitsleistung messen sollen. Die Arbeitsplattform Upwork, macht etwa randomisierte Screenshots der Bildschirme von Freelancer*innen, in ihren Login- Zeiten, um sicher zu stellen, dass diese an den jeweiligen Projekten arbeiten (vgl. Kinder et al. 2019, 211). Dabei muss bedacht werden, dass die Cloudworker*innen sich Strategien überlegt haben, um diese Systeme zu überwinden, wie etwa die Anschaffung eines zweiten Bildschirms, um der Überwachung durch Screenshots auszuweichen (vgl. Wood et al. 2019, 64). Außerdem ist nicht wirklich jemand vor Ort und kontrolliert die Auftragnehmer*innen, also kann zumindest von persönlicher Kontrolle in diesem Zusammenhang nicht gesprochen werden, auch wenn einige Mechanismen daran erinnern. So erwähnen auch Kryzwdzinski und Gerber, dass die Ranking- und Rating-Systeme (RRS) zur indirekten Kontrolle gezählt werden können (vgl. Kryzwdzinski/Gerber 2021, 164). Die Bewertungen sind eine wertvolle Quelle von Stolz und Motivation für die Auftragnehmer*innen und stehen in einer engen Verbindung zur bereits erwähnten Gamification (vgl. Kryzwdzinski/ Gerber 2021, 165). Diese wird auch im weiteren Verlauf dieser Arbeit immer wieder aufgegriffen und in verschiedenen Kontexten diskutiert, da sie eine entscheidende Rolle in Bezug auf Kontrolle und Autonomie im Cloudworking einnimmt.

Digitaler Taylorismus

Altenried beschreibt das Mikrotasking als Modellbeispiel für den digitalen Taylorismus (vgl. Altenried 2017, 177). Er identifiziert vor allem auf der Arbeitsplattform Amazon Mechanical Turk gewisse Eigenschaften des Taylorismus wie etwa: „Rationalisierung, Zerlegung, Standardisierung, Dequalifizierung sowie die exakte Vermessung und Kontrolle des Arbeitsprozesses durch den Einsatz digitaler Technologie“ (Altenried 2017, 182). Dabei stellt die Arbeitsplattform die digitale Fabrik dar, in welcher Arbeitsschritte so kleinteilig zerlegt werden, dass es zu einer Dequalifizierung der Auftragnehmer*innen kommt, welche gar nicht mehr im Stande sind zu überblicken welcher Auftrag bzw. Auftraggeber*innen dahinterstehen (vgl. Altenried 2017, 183).

Die Arbeit vollzieht sich in der Form des Stücklohns und überträgt so die Aufgabe der Disziplinierung und die Einhaltung eines Akkords, auf die Auftragnehmer*innen selbst (vgl. Altenried 2017, 183f).

Viele Elemente der ursprünglichen Fabrik, wie etwa Fließband, Aufseher*in oder Stempelkarte, werden von der Infrastruktur der Arbeitsplattformen in einer abgeänderten Form übernommen (vgl. Altenried 2017, 183). In diesem Zusammenhang wird auch häufig der von Aneesh geprägte Begriff der Algokratie genannt (vgl. Oechsels 2020, 86). „Das algokratische System der Steuerung besteht aus programmierten Mustern, die in globale Softwareplattformen eingebettet sind und die möglichen Formen der Arbeitsdurchführung strukturieren. Dieses System ermöglicht die Kontrolle der Arbeit anhand der Gestaltung des Arbeitsprozesses selbst“ (Aneesh 2010, 59). Damit sind in die Technik eingeschriebene Regeln und Vorgaben gemeint, die es vor allem zum Ziel haben die Entscheidungsfindung einzuschränken und dadurch ein gewünschtes Verhalten hervorzurufen, wie etwa das Fließband in einer Fabrik das Tempo vorgibt (vgl. Aneesh 2010, 59). Das Verhalten wird dabei nicht durch Sanktionen oder Sozialisation der Auftragnehmer*innen, sondern durch den beschränkten Handlungsspielraum gesteuert (vgl. Aneesh 2010, 71).

Empirische Beweise für die Existenz eines digitalen Taylorismus gibt es bis dato nur für die Plattform Amazon Mechanical Turk (vgl. Gerber 2020, 184). Es gibt auch keine bzw. wenige empirische Belege, die eine Verallgemeinerbarkeit der These eines digitalen Taylorismus stützen würden (vgl. Kirchner et al. 2020, 4).

Algorithmisches Management

Alec Cram und Martin Wiener haben sich mit der technologievermittelnden Kontrolle (technology- mediated control TMC) vor allem in Bezug auf das Gigworking, also dem ortsabhängigem Plattformarbeiten auseinandergesetzt (vgl. Cram/ Wiener 2020, 74). Beim TMC verwenden Manager*innen allgegenwärtige Technologien, um von den Mitarbeiter*innen gewünschtes Arbeitsverhalten zu provozieren (vgl. Cram/ Wiener 2020, 74). Dabei unterscheiden sie zwei Arten von technologievermittelter Kontrolle (TMC):

1. Zunächst können Technologien als unterstützendes Überwachungstool verwendet werden, welches durch die Sammlung von Daten arbeitet und bei einer Abweichung von festgelegten Regeln den Manager*innen Einblicke in jenes gewährt
2. Desweiteren kann TMC auch als automatisiertes Kontrollsystem verwendet werden, wobei keine Manager*innen involviert sein müssen, da alles automatisiert geschieht

(vgl. Cram/ Wiener 2020, 74f).

Sie argumentieren, dass durch die technologievermittelnde Kontrolle, das klassische Verhältnis zwischen menschliche*m Kontrollierende*n und menschliche*m Kontrollierte*m aufgelöst wird und die Technologie dieses Verhältnis neu formt (vgl. Cram/ Wiener 2020, 82). Hier wird klar, dass Technologien die Kontrollfunktion des Managements nicht nur übernehmen, sondern auch automatisieren. Die folgende Abbildung 2 zeigt dies Schemenhaft auf:

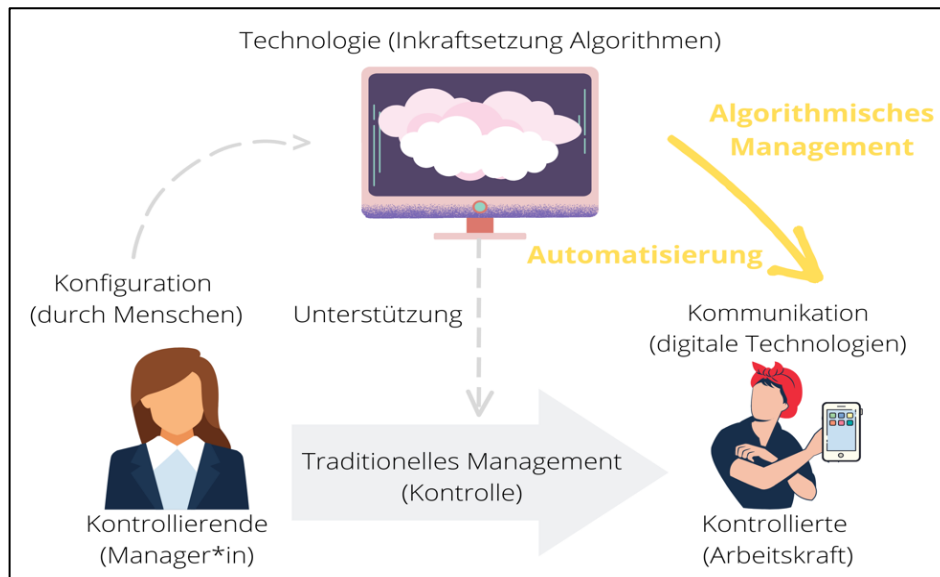


Abbildung 2: Human-based control vs. algorithmic control

Quelle: In Anlehnung an Cram/ Wiener 2020, 74 und Wiener 2022, 3

Die in Abbildung 2 in Grau dargestellten Pfeile zeigen die Rolle der Technologie als unterstützendes Instrument des Managements in der Kontrolle, wobei die traditionelle, humane Kontrolle eingebunden ist und die Technologie eine unterstützende Funktion übernimmt. In Gelb dargestellt, das algorithmische Management, welches automatisiert arbeitet und das Management nicht zwangsläufig in den Prozess mit eingebunden sein muss.

Cloudworking wird in der Literatur oft unter dem Aspekt des „Algorithmischen Managements“ diskutiert (vgl. Wood et al. 2019). „Das algorithmische Management bezeichnet den Einsatz von intelligenten Algorithmen und digitalen Technologien zur Automatisierung von klassischen Managementaufgaben“ (Wiener 2022).

Ein wichtiges Instrument der algorithmischen Kontrolle ist etwa die Erfassung von Bewertungen und Rankings der Auftragnehmer*innen, diese Form der Kontrolle ist sehr entscheidend, da die Bewertungen über den Zugang zu Arbeit auf der Plattform bestimmen können (vgl. Wood et al. 2019, 64). Aufträge, die teilweise besser bezahlt werden, können nur mit einer gewissen Anzahl an positiven Bewertungen angenommen werden.

Das heißt, um mehr und bessere Bewertungen zu erlangen, verkaufen die Auftragnehmer*innen unter dem Preis, machen Mehrarbeit und sind ständig erreichbar, falls die Kund*innen Wünsche oder Anmerkungen haben (vgl. Schörpf et al. 2017, 51). Das algorithmische Management übernimmt vor allem jene Aufgaben der Personalentscheidung, welche früher etwa vom mittleren Management, der Buchhaltung oder dem Kundenservice erledigt wurden (vgl. Schmidt 2017a, 11).

Es geht darum Auftragnehmer*innen, welche ihre Aufgaben nicht zufriedenstellend erledigt haben, auszusortieren, was bedeutet sie werden gesperrt oder bekommen bestimmte Jobs nicht mehr angezeigt (vgl. Schmidt 2017a, 11). Gerber schlussfolgert aus ihrer Untersuchung, dass das algorithmische Management keineswegs eiserne Kontrolle beschreibt, sondern ein System ist, das vor allem von hoher Zustimmung und Selbstdisziplinierung der Cloudworker*innen geprägt ist (vgl. Gerber 2020, 190). Die Technik und die Algorithmen sind aber längst noch nicht ausgereift genug und so werden die meisten Aufträge noch von Menschen kontrolliert, wobei es hier vor allem um die Qualitätskontrolle geht (vgl. Gerber 2019, 266). Diese Kontrollaufgaben, werden oft ebenfalls an Personen aus der Crowd weitergeleitet, die sich durch gute Bewertungen oder spezielle Test hervorgetan haben, mit dieser Anstellung sind aber keine besonderen Verantwortungen verbunden, wie etwa in der klassischen betrieblichen Anstellung (vgl. Gerber 2019, 266).

Was hieraus klar wird ist, dass die Zuständigkeit der Kontrolle zwischen Plattformen, Technologie, Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen nicht immer eindeutig sind und verschiedene Kontrollsysteme eingesetzt werden. Dabei kann es auch vorkommen, dass verschiedene Formen der Kontrolle, zwischen der im tayloristischen Sinne und verantwortlicher Autonomie auf derselben Plattform koexistieren (vgl. Krzywdzinski/ Gerber 2021, 163).

Kontrolle in der Kreativwirtschaft

Bei Kreativwettbewerben und den Freelancing Marktplätzen stehen vorwiegend kreative Tätigkeiten im Vordergrund. Dabei ist es besonders schwierig kreative Arbeit zu kontrollieren und außerdem muss auch die Kontrolle über das Produzierte miteinbezogen werden. Huws 2014 argumentiert, dass Personen, die etwas in einem kreativen Prozess hergestellt haben, auch nach der Abgabe jenes nicht zwangsläufig das Gefühl haben das Produzierte inklusive der Eigentümerrechte abgegeben zu haben und wenn sie dies realisieren, kann das sehr schmerzhaft sein (vgl. Huws 2014, 111).

Sobald etwa Auftragnehmer*innen ein Logo designen und über eine Arbeitsplattform verkauft haben, verlieren sie die Rechte an ihrem Erzeugnis und damit auch die Kontrolle darüber, was die Auftraggeber*innen damit machen. Und auch Huws identifiziert multiple Kontrollformen, die parallel koexistieren und erkennt die Problematik der Zerstückelung von Arbeitsaufträgen (vgl. Huws 2014, 122). Vor allem in der Kreativbranche sind die Auftragnehmer*innen auf Cloudworking- Plattformen darauf angewiesen, eine gute Reputation zu haben (vgl. Barnes et al. 2015, 28). So argumentieren auch Schörpf et al. das neben der bürokratischen Kontrolle, vor allem die Bewertungs- und Ratingsysteme der Schlüssel zu gewünschtem Verhalten sind, welches sich dann in schnellen Reaktionszeiten, guter Arbeit, niedrigen Preisen und ständiger Überarbeitungen und Modifizierungen ihrer Arbeit führen (vgl. Schörpf et al. 2017, 55).

Herrschaft und (un)gleiche Macht

Die Begriffe Macht und Herrschaft, werden schnell mit Max Weber assoziiert, welcher unter anderem in seinem Werk „Wirtschaft und Gesellschaft“ über diese beiden Mechanismen schreibt. Und auch eine Unterscheidung der beiden Begriffe einführt, denn Macht heißt für ihn die Möglichkeit den eigenen Willen durchzusetzen, auch wenn er mit Rebellion konfrontiert wird (vgl. Weber 1976, 28). Damit meint Weber eine Chance den Willen durchzusetzen, aber im Begriff der Herrschaft ist auch die tatsächliche Chance inkludiert für diesen Befehl Gehorsam zu erfahren (vgl. Weber 1976, 28). Moldaschl und Sauer identifizieren für die Moderne eine etwas abgewandelte Form dieser Definition Webers:

„Wenn Herrschaft bedeutet, fremden Willen aufzwingen zu können, so besteht der mehr oder weniger neue Herrschaftsmodus darin, Bedingungen zu schaffen, unter denen die Beherrschten mehr als bisher dieselben Ziele verfolgen wie die Herrschenden (sich also in funktional Selbstbeherrschte verwandeln), womit sich eine Aktualisierung von Herrschaft im selben Maße erübrigt“
(Moldaschl/ Sauer 2000, 213).

Es hat sich aber ein Wertewandel vollzogen, in einer Untersuchung über Film- und Fernsehschaffende konnte Marrs 2008 identifizieren, dass die Beschäftigten ein starkes Bedürfnis nach Selbstverwirklichung, Kreativität und Sinnhaftigkeit haben, welches gegen sie instrumentalisiert wird (vgl. Marrs 2008, 173). Die Beschäftigten müssen nicht nur bereit sein, schlechte Arbeitsbedingungen zu akzeptieren, sondern darüber hinaus, das auch noch gerne zu tun (vgl. Marrs 2008, 173). „Ihre Bedürfnisse nach der Verwirklichung von Subjektivität und Selbstbestimmung werden enteignet und umgewandelt in eine Anforderung an sie“ (Marrs 2008, 173).

In Bezug auf das Cloudworking stehen die Auftragnehmer*innen als Selbstständige den Plattformen und Auftraggeber*innen gegenüber und ihre kreativen Leistungen werden unter dem Deckmantel der Selbstbestimmung instrumentalisiert und als Rechtfertigung für schlechte Arbeitsbedingungen genutzt. In der Theorie sollte die erhöhte Selbstbestimmung und Autonomie die Marktmacht der Auftragnehmer*innen stärken, da das ganze Produktionswissen in ihren Händen liegt (vgl. Gerber 2019, 259). Wie die Macht in der Plattformarbeit tatsächlich verteilt ist, wird in den folgenden Abschnitten aufgearbeitet.

Wer ist involviert?

Wie bereits im Kapitel Kontrolle erwähnt, sind die Zuständigkeiten der Kontrolle nicht immer klar und gleich. Auch in Bezug auf Macht und Herrschaft muss man sich deshalb die drei involvierten Parteien anschauen, diese sind die Auftragnehmer*innen, die Auftraggeber*innen und die Plattformen. In dem System der Plattformen gibt es immer mindestens zwei Gruppen von Nutzer*innen, zwischen welchen vermittelt wird (vgl. Schmidt 2017a, 10). Diese dreiseitige Plattformarchitektur ist in der folgenden Abbildung 3 dargestellt:

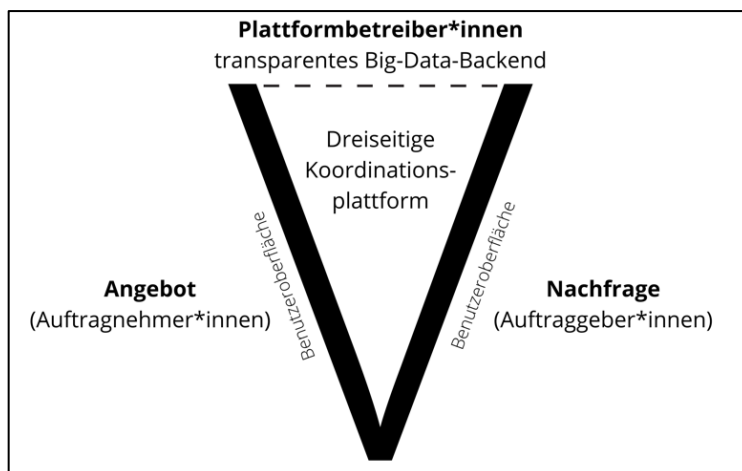


Abbildung 3: Dreiseitige Plattformarchitektur

Quelle: In Anlehnung an Schmidt 2017a, 10

Schmidt argumentiert, dass es wichtig ist zu untersuchen, ob die Plattformen wirklich nur als Vermittler zwischen Angebot und Nachfrage agieren, oder die dahinterstehenden Prozesse leiten, da sie sonst als Arbeitgeber*innen anzusehen wären (vgl. Schmidt 2017a, 11).

Dies würde nämlich erneut die Frage nach Scheinselbstständigkeit aufwerfen und Einfluss auf den Status der Auftragnehmer*innen ausüben (vgl. Schmidt 2017a, 11). Also sehen wir uns einzelne Aspekte der Machtverteilung auf den Plattformen an, um zu identifizieren, wie die Verhältnisse organisiert sind.

Nutzungsbedingungen der Plattformen

Um grundsätzlich als Auftragnehmer*in auf einer Cloudworking- Arbeitsplattform tätig werden zu können, müssen diese den Nutzungsbedingungen zustimmen, die von den Plattformen vorgegeben werden. Eine wiederkehrende Thematik darin ist die Bezahlung, wobei im Vorhinein ausgemachter Betrag weder verändert werden noch ohne die Plattform abgewickelt werden darf (vgl. 99designs 2019, Fiverr 2022). Das heißt für Mehrarbeit, Überstunden oder Komplikationen, die während der Auftragserledigung passieren können, ist es den Auftragnehmer*innen nicht gestattet eine Entlohnung zu fordern. Die Nutzungsbedingungen legen des Weiteren auch fest, welche Art von Inhalten auf den Profilen angeboten werden dürfen und welche nicht. In der Literatur wird immer wieder argumentiert, dass die Plattformen die Auftragnehmer*innen zum Großteil im Ungewissen über Sanktionen lassen und dies als Steuerungsmechanismus missbrauchen (vgl. Gerber 2020, 184).

99designs beschreibt die möglichen Sanktionen in ihren Nutzungsbedingungen so:

„Wir sind berechtigt (aber nicht verpflichtet), Nutzerinhalte zu prüfen, Nachforschungen durchzuführen und/oder in unserem alleinigen Ermessen geeignete Maßnahmen gegen Sie zu ergreifen (wie u.a. Ihren Nutzerinhalt zu löschen oder abzuändern, Ihr Account zu löschen und/oder Sie den Strafverfolgungsbehörden melden), falls Sie gegen die Richtlinie für die akzeptable Nutzung oder andere Bestimmungen dieser Vereinbarung verstoßen oder auf andere Weise eine Haftung von uns bzw. andere Personen verursachen“ (99designs 2019)

Gerber beschreibt als Quelle dieser Unsicherheitszonen die Informationsasymmetrie, da die Auftragnehmer*innen teilweise gar nicht wissen, dass sie gerade sanktioniert, werden bzw. warum sie überhaupt abgestraft werden (vgl. Gerber 2020, 186). Die Macht der Plattformen äußert sich hier in dem Element des Zugangs, nicht nur zur Plattform selbst, sondern auch einzelnen Aufträgen. Ob die schwankende Auftragslage nun an einem Nachfragemangel, oder einer Sanktionierung gegen das Profil liegt, kann von den Auftragnehmer*innen so nicht identifiziert werden und diese Verunsicherung schafft gesteigerte Selbst- Disziplinierung (vgl. Gerber 2020, 186).

Auf der Plattform Fiverr gibt es drei verschiedene Levels, auf denen sich die Auftragnehmer*innen bewegen können, also gutes Verhalten wird belohnt und die Nutzer*innen erreichen ein höheres Level und damit auch eine verbesserte Auftragslage (vgl. Fiverr 2022). Dies erinnert stark an eine hierarchisierte Struktur, wie sie in klassischen Unternehmen organisiert ist und diese Levels könnten auch dazu genutzt werden, um favorisiertes Verhalten zu provozieren.

Ein Qualitätsschwund, schlechtere Bewertungen, Absage von Aufträgen oder verspätetes Einreichen von Aufträgen, kann für die Auftragnehmer*innen bedeuten, dass sie auf ein anderes Level herabgestuft werden (vgl. Fiverr 2022). Was reale Auswirkungen für die Auftragnehmer*innen bedeutet und auch ihre Chancen auf Einkommen.

Die Bezahlung

Wie im vorherigen Abschnitt angesprochen, wird die Entlohnung für Aufträge im Vorhinein fixiert und kann nicht nachträglich verändert werden. Dies ist vor allem für Freelancer*innen im Kreativbereich problematisch, da sie von Auftraggeber*innen immer wieder um Nachbesserungen an den Projekten gebeten werden, was für sie eine Minderung der Entlohnung darstellt (vgl. Geber 2020, 187). Ebenfalls müssen die Auftragnehmer*innen einen Teil ihres Verdienstes als Vermittlungsprovision an die Plattformen abgeben, im Falle von Fiverr sind das z.B. 20 % (vgl. Fiverr a).

Darüber hinaus sind die Auftragnehmer*innen durch die geltenden Nutzungsbedingungen der Plattformen nicht im Stande selbst mit den Auftraggeber*innen ohne die Plattformen als Vermittler*innen zu arbeiten und eigene Preise zu verhandeln (vgl. Fiverr 2022). Als zusätzliches Risiko besteht außerdem die Nicht- Bezahlung von Aufträgen, welche auf Webseiten wie Fair Crowd Work thematisiert wird. So geben bei den Mikroworker*innen auf der Plattform Amazon Mechanical Turk etwa 60 % der User*innen an, dass sie es zumindest einmal erlebt haben, dass ein Auftrag gar nicht bezahlt wurde (vgl. Fair Crowd Work b). In einer empirischen Befragung von Gerber (n = 1059) konnten diese Zahlen jedoch nicht repliziert werden. 72 % der Mikroworker*innen gaben an, dass sie der Aussage „Immer wieder kommt es vor, dass ich für ausgeführte Aufgaben nicht bezahlt werde“ nicht zustimmen können (vgl. Gerber 2020, 186f).

Da die Arbeitsplattformen Fiverr, 99designs und Upwork z.B. in ihren Nutzungsbedingungen feststellen, dass sie das Geld von den Auftraggeber*innen schon im Vorhinein verlangen, wäre eine Nicht- Bezahlung der Aufträge von ihnen zu verantworten. Werden die Designer*innen selbst über die Plattform von Auftraggeber*innen angeschrieben, erhöht sich ihre Verhandlungsmacht und sie können selbst Preise nennen.

Falls Auftraggeber*innen eine Erstattung wünschen, ist jene in einigen Fällen zu gewähren, wobei die Entscheidung über eine Erstattung im Ermessen der Plattform wie z.B. 99designs liegt (vgl. 99designs 2019). Das heißt, wenn die Entlohnung von den Auftraggeber*innen zurückerstattet wird, haben die Auftragnehmer*innen darin kein Mitspracherecht, sind aber durch die akzeptierten Nutzungsbedingungen der Plattform daran gebunden jener Anfrage nachzukommen, falls die Plattform entscheidet, dass die Erstattung gewährt werden soll.

Wird das Geld ausgezahlt so sind laut den Plattformen die Auftragnehmer*innen selbst dafür zuständig ihr Einkommen zu versteuern (vgl. Fiver 2022).

Zusammenfassend kann als Zwischenfazit erkannt werden, dass zwar das finanzielle Risiko bei Auftragnehmer*innen liegt, eine unternehmerische Freiheit ist jedoch nicht in vollem Umfang gegeben und stark durch die Nutzungsbedingungen der Plattformen eingeschränkt.

Herrschaftsmodus: Algorithmus

Wie bereits im Abschnitt zum algorithmischen Management angeschnitten wurde, wird durch die Technik eine Umgebung geschaffen, die die Kontrolle durch die Gestaltung des Arbeitsprozesses stimuliert (Aneesh 2010, 59). Aber der Algorithmus hat auch die Macht darüber zu entscheiden, wer wann welche Daten sehen kann und überhaupt erhält (vgl. Hensel 2019, 222). Wie bereits im Abschnitt über die Nutzungsbedingungen besprochen wurde, kann Deviantes Verhalten die Löschung des Accounts, oder das Ausblenden von besseren Aufträgen nach sich ziehen. Gerber argumentiert, dass die Plattformen durch eine infrastrukturelle Macht regieren, diese ordnet den Raum, die Interessen und die Präferenzen, anstelle der Körper (vgl. Gerber 2019, 274). Und genau diese Machtasymmetrie, welche sich durch die Ordnung des Raumes mithilfe von Algorithmen vollzieht, scheint auch in Bezug auf das Cloudworking ein zentrales Steuerungselement zu sein. Problematisch ist dabei vor allem die binäre Logik des Algorithmus, welcher nur zwischen regelkonformen Verhalten und Regelverstoß unterscheiden kann (vgl. Hensel 2019, 222). Dies ist vor allem in Hinblick auf die kreative Arbeit auf den Arbeitsplattformen problematisch, da es sehr komplex ist jene zu messen.

Es geht aber nicht nur um die Anerkennung der persönlichen Erzeugnisse, denn die Algorithmen der Arbeitsplattformen sind keine Menschen, die den Wert des kreativen Erzeugnisses der Auftragnehmer*innen messen, sondern vor allem das Verhalten der Auftragnehmer*innen taxieren und sichtbar machen.

So kann etwa auf der Arbeitsplattform 99designs auf den Profilen der Auftragnehmer*innen unter anderem nachgelesen werden, wie viele Wettbewerbe sie bereits gewonnen haben und wie schnell sie üblicherweise auf Nachrichten antworten (siehe Abb.4).



Abbildung 4: Screenshot aus 99design Profil

Während auf Plattformen wie Fiverr und 99designs von Leveln gesprochen wird, auf denen sich die Auftragnehmer*innen befinden. Arbeiten andere Plattformen auch mit sogenannten „Batch-Systemen“, dabei werden Verhaltens- und Erfolgsfaktoren analysiert und falls diese erreicht oder überschritten werden, haben die Auftragnehmer*innen die Chance ein Abzeichen zu erlangen, wodurch ihnen neue Freiheiten gewährt werden. Auf der Plattform Upwork zum Beispiel gibt sechs mögliche Abzeichen, die man sich verdienen kann: Rising Talent, Top Rated, Top Rated Plus, Expert- Vetted und Eligibility Table (vgl. Upwork’s Talent Badges). Um sich beispielsweise das Abzeichen „Top Rated Plus“ zu verdienen, müssen Auftragnehmer*innen ein gutes Rating haben, eine gewisse Summe im Jahr verdient haben und außerdem bei mindestens einem großen Auftrag dabei gewesen sein, ohne eine schlechte Bewertung zu erhalten (vgl. Upwork’s Talent Badges). Dies sind Indikatoren, die vollautomatisiert durch das System der Plattformen erfasst werden können und die Auftragnehmer*innen erhalten im Austausch für ihr gutes Verhalten dann spezielle Freiheiten und Vergünstigungen. Diese sind im Beispiel des Top Rated Plus zum Beispiel die Folgenden:

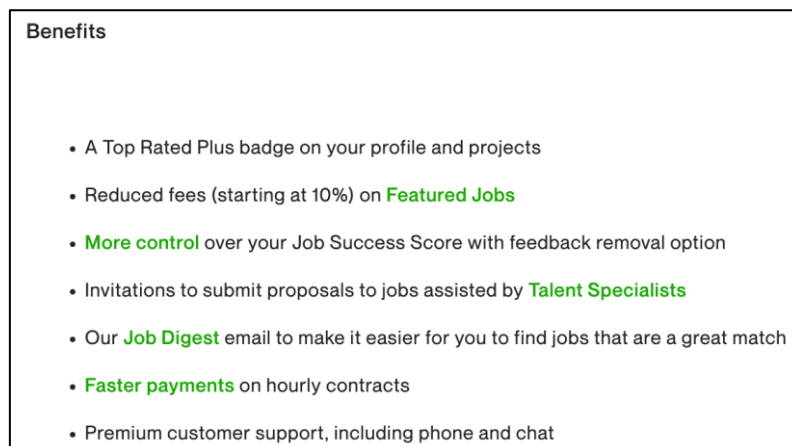


Abbildung 5: Screenshot (Upwork’s Talent Badges)

Schnellere und bessere Bezahlung, die Möglichkeit einen Kundendienst bei Schwierigkeiten mit der Plattform zu kontaktieren und vor allem die Möglichkeit Bewertungen zu löschen sind natürlich sehr attraktive Vorteile, die erstrebenswert für die Auftragnehmer*innen sind.

Dieses System funktioniert automatisiert und die Auftragnehmer*innen müssen sich den Standards der Plattformen untergeben und werden so im Sinne des algorithmischen Managements kontrolliert und in ihrem Verhalten gesteuert. Man könnte auch sagen, dass der Herrschaftsmodus des Algorithmus darin besteht, dass die Auftragnehmer*innen sich in Selbstbeherrschte verwandeln, da sie die genannten Vorteile erreichen möchten. Ein zentraler Faktor zur Erreichung eines Abzeichens sind die Bewertungen der Auftraggeber*innen, welche diese nach einem Auftrag auf den Profilen der Auftragnehmer*innen hinterlassen. Diese Bewertungen geben den Auftraggeber*innen eine Macht, die über den Projektzeitraum hinaus gültig ist (vgl. Schörpf et al. 2017, 51). Im folgenden Abschnitt über Autonomie soll es um die Macht der Auftragnehmer*innen gehen.

Autonomie

In der Theorie besitzen die Cloudworker*innen die Produktionsmittel selbst und gelten als Selbstständige, das bedeutet auch, dass die Plattformen keine direkte Kontrolle im Produktionsprozess ausüben können und weder Arbeitsabläufe noch Geschwindigkeit vorgeben können (vgl. Gerber 2019, 258). In Bezug auf Cloudworking heißt Autonomie, dass die Auftragnehmer*innen selbst darüber entscheiden können, wann sie welche Aufträge annehmen und bearbeiten (vgl. Silka et al. 2015, 27). Es geht um einen erweiterten Handlungsspielraum, aber wie aus den vergangenen Kapiteln hervorgeht, spiegelt sich dies nicht die Realität wider. Deshalb sollen in den folgenden Abschnitten einige Thematiken, wie das Rating oder die fehlende Mitbestimmung erneut aufgegriffen und aus einem anderen Blickwinkel betrachtet werden und im späteren Verlauf Erklärungsansätze in der Theorie gesucht werden. Denn neben den möglichen Folgen und Auswirkungen von Kontrollformen stellt sich ebenfalls die Fragen, wie Handlungsspielräume wahrgenommen werden und ob in manchen Fällen mehr Freiheiten oder auch Sicherheiten gewünscht sind.

Handlungsspielraum beim Algorithmus?

In Bezug auf kreatives Arbeiten ist eine unabhängige Arbeitsweise und das Bild der selbstbestimmenden Solo-Unternehmer*innen aber schon immer weit verbreitet (vgl. Manske/Schnell 2010, 701 f) unabhängig vom Cloudworking.

Aber vor allem die Rankingsysteme erscheinen als Instrument den Entscheidungsspielraum der Crowd einzuschränken (vgl. Schönefeld 2019, 73). So wurde die Thematik auch in den vergangenen Kapiteln betrachtet, aber die Rankingsysteme können den Auftragnehmer*innen auch das Gefühl vermitteln, sie hätten die Macht über ihr eigenes Schicksal (vgl. Schollas 2014, 4). Die Frage ist nämlich auch, ob sich die Cloudworker*innen überhaupt in ihren Handlungs- und Entscheidungsspielräumen durch die Rankingsysteme und Bewertungen eingeschränkt fühlen.

In einer Untersuchung von Gerber 2020 (n= 895), berichteten 33 % der Auftragnehmer*innen auf Makroplattformen, dass sie Wege kennen, um das System der sogenannten RRS auszutricksen (vgl. Gerber 2020, 190). Einige der Cloudworker*innen berichteten dabei von „Like-Netzwerken“, also Gruppen, die sich gegenseitig gute Bewertungen geben, um ihre Sichtbarkeit und die Reputation der Gruppenmitglieder zu erhöhen (vgl. Gerber 2020, 190). Außerdem haben die Arbeitsplattformen nicht direkt Zugriff auf den Körper der Auftragnehmer*innen, was diesen ein hohes Maß an Autonomie bringt (vgl. Gerber 2019, 262). Und so machen sich dies einige zu Nutze und geben teilweise Aufträge unter der Hand an befreundete Cloudworker*innen weiter, welche weniger Aufträge bekommen (vgl. Gerber 2020, 190). Diese Trickereien können aber nicht unbedingt als Form des Widerstandes oder Ablehnung des Systems gewertet werden, sondern fallen unter „work games“ nach Burawoy (vgl. Gerber 2020, 190).

Burawoy sagt, dass wenig Autonomie am Arbeitsplatz zu höher empfundener Ausbeutung führt, da weniger Raum gegeben ist, um selbst etwas Sinnvolles in die Arbeit zu investieren (vgl. Burawoy 2012, 188). Wenn jedoch viel Autonomie gegeben ist, wird Raum frei für work games und wie bereits weiter oben erwähnt, kann man nicht gleichzeitig ein Spiel kritisieren und es spielen (vgl. Burawoy 2012, 189). Also könnte man schlussfolgern, dass durch die erhöhte Autonomie im Cloudworking die Trickereien möglich werden und dadurch weniger hinterfragt wird.

Darüber hinaus ist es vor allem in der Kreativbranche wichtig Anerkennung für die eigenen Erschaffungen zu bekommen (vgl. Huws 2012, 217) und dies wird in der Form von Abzeichen, Feedbacks und Rankings möglich. So sagt Gerber „das algorithmische Management strukturiert, aber determiniert nicht“ (Gerber 2020, 190). Es werden Muster und Richtlinien vorgegeben, aber „Algorithmische Managementsysteme sind keine eisernen Käfige lückenloser Kontrolle“ (Gerber 2020, 190). Die Untersuchung Gerbers legt offen, dass es eine hohe Akzeptanz der Managementform gibt und die Auftragnehmer*innen einen hohen Grad an Autonomie wahrnehmen, wobei die zeitgleich die Arbeitsbedingungen kritisch hinterfragen, dies deutet sehr stark darauf hin, dass die Arbeitsplattformen durch die Informationsasymmetrie im algorithmischen Management es geschafft haben bei den Auftragnehmer*innen eine hohe Selbst-Disziplinierung zu provozieren (vgl. Gerber 2020, 190).

Die Forderung nach Partizipation?

Die Plattformarbeit wird oft mit dem Slogan „Zurück in die Zukunft“ betitelt und meint damit in Rückbezug auf Marx die „doppelte Freiheit der Arbeiter“ wobei die Auftragnehmer*innen zwar die Produktionsmittel selbst besitzen, aber auch von den Rechten, die eine Organisation bietet, frei sind (vgl. Heiland 2020, 118). Durch die Verschiebung der Marktgrenze, hat sich auch das Ausmaß an Mitbestimmungspraktiken und Rechten verschoben (vgl. Heiland 2020, 118). Die Cloudworker*innen sind nur lose an die Arbeitsplattformen gebunden und ihnen kommt dabei keine Partizipationsrechte und nur beschränkte Arbeitsschutzrechte zu (vgl. Heiland 2020, 118). Sie gelten laut Heiland als abhängige Selbstständige, vergleichbar mit dem frühkapitalistischen Verlagswesen (vgl. Heiland 2020, 118). Durch den Status als Arbeitnehmer*innen würden sich für die Auftragnehmer*innen viele Vorteile wie etwa dem Wegfall der Vermittlungsprovision ergeben, da dies dann rechtswidrig wäre (vgl. Risak 2017, 52).

Durch eine Interessensvertretung oder eine Gewerkschaft, könnte auf Missstände und Wünsche der Auftragnehmer*innen eingegangen werden, aber ist dies für jene überhaupt erstrebenswert? In der Untersuchung von Leimeister et al. 2016 hat sich ein ambivalentes Bild gezeigt, das vor allem durch die Art der Beschäftigung getrieben ist. Bei Personen, die auf Testing- Plattformen tätig sind, sprechen sich 61 % gegen den Wunsch nach einer Interessensvertretung aus, während 69 % der Auftragnehmer*innen von Design- Plattformen denken, dass eine Interessensvertretung sinnvoll wäre (vgl. Leimeister et al. 2017, 60).

Über alle Plattformen und Cluster hinweg sprechen sich 51 % für eine Interessensvertretung aus, also die knappe Mehrheit (vgl. Leimeister et al. 2016, 75). Hier gilt es also zu differenzieren, um welches Cluster es sich handelt, um den Wunsch nach einer Interessensvertretung bzw. einer Gewerkschaft und damit auch Partizipation, zu bewerten. Dabei kann nur vermutet werden welche Faktoren dazu beitragen, dass die Ergebnisse so unterschiedlich ausfallen. Mögliche Erklärungsansätze sind Unzufriedenheit z.B. mit Bezahlung oder Wertschätzung (vgl. Leimeister et al. 2016, 75).

Es darf aber auch nicht vernachlässigt werden, dass es sich beim Cloudworking oft um eine Nebentätigkeit handelt, wobei die Motivation sich dabei für Interessensvertretungen und Dergleichen zu engagieren, niedriger ist (vgl. Bormann/ Haake 2017, 139). Dieser Absatz soll auch klar machen, dass es nicht zwingend eine Forderung nach einem erweiterten Entscheidungsspielraum bei den Auftragnehmer*innen auf Arbeitsplattformen geben muss.

Ein Drang nach Selbstständigkeit?

Im Stand der Forschung wurde bereits die Solo- Selbstständigkeit der Cloudworker*innen diskutiert. Zentral war dabei auch, dass diese typischerweise keine Angestellten haben, wie es bei klassischen Selbstständigen häufiger der Fall ist und ihnen unter anderem deshalb eine Schein- Selbstständigkeit unterstellt wird. Wie aber in einer Studie von Durwald und Blohm 2017 festgestellt werden konnte, nehmen einige einzelne Cloudworker*innn große Aufträge an und unterteilen sie dann in kleine Arbeitspakete, um diese dann unter ihren Auftragnehmer*innen- Kolleg*innen zu verteilen, sie werden als sogenannte „Crowd Aggregators“ bezeichnet (vgl. Durwald/ Blohm 2017, 402). Dieses Beispiel zeigt, dass innerhalb der Crowd auch Systeme des Delegierens untereinander geschaffen werden. Die Arbeitsplattformen geben genügend Freiraum, um solche selbstgeschaffenen Projektgruppen entstehen und arbeiten zu lassen. Vor allem in der Kreativwirtschaft ist es wichtig genügend Autonomie im Arbeitsprozess zu bekommen, um überhaupt kreativ arbeiten zu können (vgl. Thompson et al. 2007, 627). Laut Manske wählen viele Designer*innen die Selbstständigkeit, da sie auf der Suche nach künstlerischer Selbstbestimmung sind (vgl. Manske 2018, 227). Im Stand der Forschung wurde bereits offengelegt, welche negativen Auswirkungen ein erhöhtes handlungsspielraum für die Auftragnehmer*innen haben kann. Dabei waren vor allem Entgrenzung, ständige Erreichbarkeit und Entfremdung zentral. Im folgenden Abschnitt soll genauer auf die Arbeitsmotivation eingegangen werden und inwiefern diese von Autonomie beeinflusst wird.

Self- Determination Theory (SDT)

Die Self- Determination Theory ist eine Makrotheorie, die sich mit den intrinsischen und extrinsischen Motivationen auseinandersetzt, die die menschlichen Motivationsstrukturen erklären (vgl. Deci et al. 2017, 19). In Ihren Untersuchungen zur Self- Determination Theory, haben Ryan und Deci drei Notwendigkeiten identifiziert, die zu einem verbesserten Wohlbefinden, sowie für eine konstruktive soziale Entwicklung zentral sind: Kompetenz, Verbindung und Autonomie (vgl. Ryan/Deci 2000, 68).

In einer weiterführenden Analyse haben sie 2017 die Self- Determination Theory auf den Arbeitskontext bezogen und sich die Frage gestellt, welche Faktoren gegeben sein müssen, um Wohlbefinden und eine gute Arbeitsleistung steigern zu können (vgl. Deci et al. 2017, 19). Wie bereits offengelegt, handelt es sich bei dem Cloudworking um eine autonome Arbeitsorganisation, laut Deci et al., handelt es sich bei dieser Art der Arbeitsorganisation meist um solch, die von intrinsischer Motivation geleitet werden (vgl. Deci et al. 2017, 20). Aber es zeigen sich auch Elemente der extrinsischen Steuerung bei Cloudworking. Ein Kennzeichen der extrinsischen Steuerung ist etwa die Regulierung durch Bedrohung und Belohnung (vgl. Deci et al. 2017, 21). Diese Steuerungselemente konnten auch in Bezug auf das Cloudworking festgestellt werden, etwa durch die Gefahr der Löschung des Accounts (vgl. 99designs 2019) oder Belohnungen wie etwa im Badge-System (vgl. Upwork's Talent Badges).

Grundsätzlich haben sie sieben Ziele identifiziert, die Menschen im Laufe ihres Lebens verfolgen können (siehe Tabelle 2), dabei werden die ersten drei Ziele der extrinsischen Motivation zugeordnet und die letzten vier der Intrinsischen (vgl. Deci et al. 2017, 27).

Ziele	Motivationsstruktur
Finanzieller Wohlstand	Extrinsische Motivation
Anerkennung/ Ruhm	
Attraktives Image	
Persönliche Entwicklung	Intrinsische Motivation
Sinnstiftende Beziehungen	
Beiträge für die Gesellschaft	
Körperliche Fitness	

Tabelle 2: Motivationsstrukturen und Ziele

Quelle: In Anlehnung an Deci et al. 2017, 27

Diese Ziele können auch auf den Arbeitskontext übertragen werden, wobei sie als Arbeitswerte bezeichnet werden. In Untersuchungen zu den Arbeitswerten in Zusammenhang mit Arbeits- und Lebenszufriedenheit konnte dabei herausgefunden werden, dass Personen mit extrinsischer Zielverfolgung emotional erschöpfter und unzufriedener waren als jene mit Intrinsischer (vgl. Vansteekiste et al. 2007; Van den Broeck et al. 2010).

Interessant für das Cloudworking ist in diesem Zusammenhang vor allem die Quelle der Ziele und Vorgaben. Betrachtet man die sieben Punkte in Tabelle 2, fällt auf, dass vor allem die ersten drei Punkte, die der extrinsischen Motivation zuzuordnen sind, von den Plattformen angeregt werden. Im Badge-System gibt es hauptsächlich zwei große Voraussetzungen, um ein (besseres) Abzeichen erhalten zu können: 1. Guter Verdienst und 2. Gute Bewertungen (vgl. Upwork's Talent Badges). Was sehr ähnlich zu den Zielen der extrinsischen Motivation ist, also finanzieller Wohlstand, ein gutes Image und Ruhm bzw. Anerkennung (vgl. Deci et al. 2017, 27).

Betrachtet man aber die Motivationen und Beweggründe der Auftragnehmer*innen, also der Cloudworker*innen, ergibt sich ein anderes Bild. Der Nummer eins Beweggrund für die kreativen Cloudworker*innen, ist der Faktor Spaß, der Zweite ist sich etwas dazuzuverdienen und der Dritte ist das Erlernen neuer Fähigkeiten (vgl. Al-Ani/ Sumpp 2016, 8). Das Verdienen eines Lebensunterhaltes wurde am wenigsten oft in der Untersuchung von den kreativen Cloudworker*innen genannt, was aber auch mit den geringen Verdienstmöglichkeiten zusammenhängen könnte (vgl. Al- Ani/ Sumpp 2016, 8). Was aber hieraus klar wird, ist das die Prioritäten der Cloudworker*innen divergierend und eher intrinsischer Natur sind. In Bezug auf den Verdienst kann noch eine Studie von Olafsen et al. 2015 erwähnt werden, wobei sie feststellen konnten, dass Gehalt einen geringeren Einfluss auf das Wohlbefinden und damit im weiteren Sinne auch die intrinsische Motivation der Erwerbstätigen hat als etwa die Autonomie und der Handlungsspielraum (vgl. Olafsen et al. 2015).

Zusammenfassend kann aus diesem Kapitel „Theoretischer Zugang“ mitgenommen werden, dass es sich bei der Plattformarbeit nicht um einen eisernen Käfig der Kontrolle handelt und die Auftragnehmer*innen über ein gewisses Maß an Autonomie verfügen, was jenen auch bewusst ist.

Empirischer Teil

Die empirische Vorgehensweise

Um die Forschungsfrage beantworten zu können, wird ein qualitativer Ansatz gewählt, da vor allem im Bereich des kreativen Cloudworkings in Österreich die Anzahl an Personen relativ gering ist und bei einer Masterarbeit nicht genügend Ressourcen zur Verfügung stehen, um eine quantitative Analyse durchführen zu können, die auch repräsentativ wäre. Außerdem sollen in diesem Feld auch potenzielle neue Phänomene entdeckt werden, die teilweise nicht durch komplett geschlossene Fragen und Fragebögen eingefangen werden können. Da die Forschungsfrage sehr offen und explorativ angelegt ist, ist vor allem dieser Aspekt von hoher Relevanz bei der Auswahl der Methode. Aus den genannten Gründen wurde hier ein qualitativer Zugang gewählt und es soll dabei darauf geachtet werden, die 5 gemeinsamen Prinzipien der qualitativen Sozialforschung einzuhalten. In Tabelle 3 sind diese dargestellt:

Prinzip	Bedeutung
Gegenstandsangemessenheit	Anpassung des Forschungsdesigns und der Methode an das Feld.
Offenheit	Verzicht auf fixe Vorannahmen und grundsätzliche Offenheit gegenüber dem Feld.
Kommunikation	Ausschöpfung des maximalen Informationspotenzials, durch den Prozess der Interaktion und Austausch mit den Akteur*innen.
Prozesshaftigkeit	Feld, Theorie und Forschung sind ineinander verwobene Prozesse, die sich ständig entwickeln.
Reflexivität	Bewusstsein über Vorurteilsstrukturen.

Tabelle 3: Gemeinsame Prinzipien qualitativer Sozialforschung

Quelle: In Anlehnung an Strubing 2018, 25

Vor allem dem Prinzip der Prozesshaftigkeit, wurde im Forschungsprozess erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt. Sie ist fundamental, um auf neue Erkenntnisse während des Forschungsprozesses direkt reagieren zu können. So wurden etwa auch Leitfragen ständig leicht angepasst, damit in folgenden Interviews besser auf diese Thematiken eingegangen werden kann. Auch das Prinzip der Offenheit ist wichtig im theoriegenerierenden Prozess, um offen für neue Phänomene und Ansätze zu sein. Dabei wurde aber nicht auf das Vorstudium verzichtet und es gab auch im Vorfeld einige Vorannahmen zu der Thematik Cloudworkig. Als geeignete Auswertungsmethode wurde die Inhaltsanalyse nach Mayring identifiziert, im Abschnitt Auswertung, ist genaueres zu den dahinterliegenden Überlegungen und der Methode selbst nachzulesen. Zunächst soll die hier verwendete Methode und der Feldeinstieg genauer beschrieben werden.

Das Leitfadeninterview

Das Leitfadeninterview, ist die typische Interviewform im Bereich der qualitativen Interviews und wird häufig auch als semi- bzw. halbstrukturiertes Interview bezeichnet (vgl. Stübing 2018, 101f). Kennzeichnet für das Leitfadeninterview ist, dass es auf einem Leitfaden beruht, das heißt es wird dafür Sorge getragen, dass gewisse Themen angesprochen werden, es soll aber gleichzeitig Platz für eine offene Erzählweise gegeben werden (vgl. Stübing 2018, 102). Dabei soll ein gewisser Gesprächsfluss beibehalten werden und trotzdem die für die Forschungsfrage relevanten Thematiken angesprochen werden (vgl. Stübing 2018, 102).

Neben dem Leitfadeninterview gibt es noch weitere Interviewformen, wie etwa: Das fokussierte Interview, das Expert*inneninterview, das narrative Interview oder das ethnografische Interview (vgl. Stübing 2018, 102). Dabei konnte das fokussierte Interview ausgeschlossen werden, da die Interviewpartner*innen keinem identischen Stimulus vor dem Interview ausgesetzt wurden und das Ziel dieser Arbeit auch nicht das Überprüfen einer Hypothese abbildet. Dem Expert*inneninterview ist laut Gläser und Laudel eigen, dass die Expert*innen Außenstehende sind, also Zeugen (vgl. Gläser/ Laudel 2004, 10). Das Wissen aus Expert*innen Interviews wird zumeist als explorative bzw. ergänzende Datenquelle genutzt (vgl. Stübing 2018, 108).

Wie Bereits im Abschnitt „Nutzungsbedingungen der Plattformen“ angeschnitten wurde, sind Informationsasymmetrie und Unsicherheitszonen Bestandteile der Plattformarbeit und bei den Cloudworker*innen herrscht auch Unsicherheit darüber, wie gewisse Systeme und Algorithmen funktionieren. Da sie selbst Hauptbestandteil der Untersuchung sind und nicht vollständig aufgeklärt über die Funktionalitäten der Arbeitsplattformen sind, werden die befragten Cloudworker*innen in dieser Arbeit nicht als Expert*innen eingestuft. Das narrative Interview konnte ausgeschlossen werden, da die Gefahr, die spezifische Fragestellung der Arbeit zu verfehlen, dabei zu groß war und das Ethnografische ebenfalls, da kein physischer Feldzugang im klassischen Sinne möglich ist.

Der Leitfaden

Der Leitfaden, der Zum Zweck dieser Arbeit erstellt wurde unterliegt einer Gliederung in sieben Abschnitte, die jeweils verschiedene Themenbereiche abbilden:

1. Einleitung (Bisheriger Berufs- und Bildungsverlauf, Motive der Plattformarbeit, Registrierungsprozess, anfängliche Zeit auf der Plattform und erste Aufträge)
2. Auftraggeber*innen (Welche Rolle spielen diese, Auswahlverfahren, Rahmenbedingungen und Selbstbestimmung)
3. Arbeitszeit (Zeitdruck, Entgrenzung und Organisation)
4. Arbeitskontrolle (Kontrollmaßnahmen, Bewertungssysteme, und Einschränkungen)
5. Kommunikation (Hilfestellungen und Austausch mit Kolleg*innen bzw. der Plattform)
6. Bezahlung (Preisgestaltung, Preisdruck und Prekarität)
7. Allgemeines (Positive/ negative Erfahrungen, Selbstbild und Mitspracherecht bzw. Wunsch danach)

(Für genauere Informationen siehe Interviewleitfaden im Anhang)

Diese 7 Themenbereiche werden in den Interviews abgefragt und von soziodemografischen Angaben und Nachfragen während und nach dem Gespräch ergänzt. Ebenfalls wird zwar die Vergleichbarkeit gewahrt, aber neue Phänomene, die in Interviews auftauchen, die vorher nicht bedacht wurden, sollen auch einen Platz in folgenden Interviews finden. Die Fragen wurden dabei auch nicht immer in der gleichen Reihenfolge gestellt, um den Gesprächsfluss besser aufrecht erhalten zu können. Wie sich der Einstieg ins Feld gestaltet, das Sample sich zusammensetzt und wie die Interviewpartner*innen ausfindig gemacht werden konnten ist im folgenden Abschnitt nachzulesen.

Feldeinstieg und Interviewpartner*innen

Von Anfang an wurde der Zugang zu Personen, welche im Cloudworking tätig sind als die größte Herausforderung für diese Arbeit identifiziert, da hierbei keine persönlichen Kontakte zur Szene als potenzielle Gatekeeper*innen vorhanden waren. Huws et al. 2017, geben im Anhang einer Studie über Crowdwork einige Tipps, wie man potenzielle Interviewpartner*innen erreichen kann (vgl. Huws et al. 2017, 55ff). Dabei wird den Forschenden nahegelegt, direkt über die Plattformen potenzielle Kandidat*innen zu finden und sogleich auch zu kontaktieren, wobei diese dann für die Zeit des Interviews entsprechend zu vergüten sind, was ebenfalls mit Fragen der Qualitätssicherung verbunden ist (vgl. Huws et al. 2017, 55).

Nach einigen Recherchen auf diversen Arbeitsplattformen, hat sich herausgestellt, dass in den Richtlinien der Plattformen darauf hingewiesen wird, dass die Auftragnehmer*innen nicht kontaktiert werden sollen, wenn es sich nicht um Bestellungen oder Nachfragen zu diesen handelt. Die Plattform Fiverr schreibt etwa in ihren Community Richtlinien: "Please respect our members' privacy by not contacting them with offers, questions, suggestions, or anything which is not directly related to their Gigs or orders" (Fiverr c). Da es sich bei der vorliegenden Arbeit, um eine Masterarbeit handelt, haben persönliche Überlegungen im Sinne der Wahrung wissenschaftlicher ethischer Richtlinien dazu geführt, diesen Vorgaben nachzukommen und die Auftragnehmer*innen nicht direkt über die Plattformen zu kontaktieren.

Jedoch habe ich die Profile der österreichischen Logo- Designer*innen auf den Arbeitsplattformen genutzt, um durch deren Angaben zu personenbezogenen Daten, anderweitig Zugang aufbauen zu können. Durch Google- Suchen konnten teilweise social media- Profile oder E-Mail-Adressen ausfindig gemacht werden, um die Auftragnehmer*innen so zu kontaktieren. Dabei wurden die Cloudworker*innen in einer persönlichen Nachricht über das Vorhaben aufgeklärt und neben der Wahrung ihrer Anonymität, auch eine Aufwandsentschädigung von 15€ gesichert. Dieser Betrag ist hoch genug, um als Motivator zu wirken, aber nicht zu hoch angesetzt, um Trittbrettfahrer anzulocken. Es soll an dieser Stelle noch erwähnt werden, dass sich die Hauptauswahlkriterien (Logo- Designer*innen, Österreicher*innen) dabei auf die einschlägigen Plattformen Fiverr, Upwork und 99designs bezogen haben und die Antwortrate bei diesem Vorgehen sehr gering war, nur ca. 10% der angeschriebenen Personen auf die Nachricht geantwortet haben und nur die Hälfte davon hat sich als geeignet erwiesen.

Das heißt ausgewählte Personen, haben mehr als 6 Monate Erfahrung und mehr als 5 Aufträge erfüllt, da sonst eine Einschätzung der Funktionalität der Arbeitsplattformen schwierig erscheint.

Ein weiteres Instrument, um potenzielle Interviewpartner*innen zu finden sind soziale Medien, wie etwa spezielle Facebook- Gruppen (vgl. Huws et al. 2017, 56). Die Postings in Facebook- Gruppen wurden oftmals von den Administrator*innen nicht akzeptiert oder die Personen, die sich gemeldet haben sind der deutschen Sprache nicht mächtig und sprechen nur gebrochenes Englisch, was die Interviewsituation und die Ergebnisse negativ beeinflussen könnte. Eine sehr interessante Beobachtung in den Facebook- Gruppen wie etwa der Seite „Upwork Tipps& Tricks“ war, dass Personen dort anbieten gegen Bezahlung gute Bewertungen für Cloudworker*innen zu verfassen.

Auch auf der Plattform Reddit, war die Suche eingeschränkt, da das Posten von Forschungsinhalten in vielen Gruppen ausdrücklich verboten ist wie dieses Beispiel aus dem Subreddit „r/GigWork“ zeigt: „NO: surveys, sweepstakes, or other gimmicks. This is for legitimate side hustles only“ (Reddit). Dieser Aufforderung muss natürlich nachgekommen werden, es ist hierbei zu vermuten, dass in der Vergangenheit häufiger Forschende Reddit als Instrument für das Finden von Proband*innen genutzt haben und diesen Entwicklungen nun entgegengesteuert wird.

Das hilfreichste Medium auf der Suche nach potenziellen Interviewpartner*innen war die Netzwerkplattform LinkedIn, wobei Personen durch Angabe ihrer Bildungs- und Berufslaufbahn ein Profil erstellen und mit anderen in Kontakt treten können. Die Plattform erlaubt das gezielte Eingeben von Suchbegriffen wie etwa „Upwork“ und zeigt daraufhin alle Personen an, die die Plattform als ehemaligen oder derzeitigen Arbeitsort angegeben haben. Im weiteren Verlauf kann gezielt nach Standorten, wie etwa Österreich gefiltert werden und die Personen können dann auch direkt über die Plattform angeschrieben werden. Auf diese Weise können alle Schritte direkt auf einer Plattform abgewickelt werden, aber die Non- Response-Rate war auch hierbei hoch.

Das Sample

Das finale Sample setzt sich aus jeweils einer Person von den 3 Plattformen Upwork, Fiverr und 99designs zusammen. Alle drei Personen leben in Österreich, sind unter anderem als Logo-Designer*innen tätig und bieten ihre Dienste auf eine der genannten Plattformen an. Dabei sind alle Befragten nur jeweils auf einer Arbeitsplattform aktiv tätig und nicht auf mehreren gleichzeitig. Die Altersspanne bewegt sich von 19 Jahren bis 24 Jahren und sie generieren zwischen 10% bis 95% ihrer Einkünfte über die Plattformarbeit. Die Interviews haben zwischen 35 Minuten (Interview 3) und 50 Minuten (Interview 1) gedauert und wurden alle online über Skype oder Zoom im September 2022 durchgeführt. Wie bereits weiter oben erwähnt sind die Interviewpartner*innen 2 und 3 mit einer Aufwandsentschädigung von 15 € vergütet worden und jeweilige Einverständniserklärungen zur Verwendung der Interview- Transkripte wurden unterschrieben und die Personen über ihre Rechte und die Verwendung der Daten aufgeklärt.

Das erste Interview wurde mit einer Person durchgeführt, die seit 5 Jahren über Fiverr arbeitet und bereits mit 15 Jahren auf der Plattform angefangen hat (vgl. I1/Z 8-9). Diese Person ist wohnhaftig in Österreich und hat vor einigen Monaten die Matura im Bereich Bautechnik absolviert und keinerlei grafische Ausbildung (vgl. I1/Z 212-213). Der Kontakt mit dem Interviewpartner ist über Instagram zustande gekommen und dies ist neben Fiverr auch seine zweite Plattform, über die er Kunden akquiriert, um Logos für jene zu entwerfen. Diese Person verbringt durchschnittlich etwa 30 Stunden in der Woche mit Cloudworking auf Fiverr (vgl. I1/Z 371). Er beschreibt Fiverr als seine Haupteinnahmequelle, wobei er aber noch zuhause lebt und die Einkünfte als Taschengeld sieht (vgl. I1/Z160-167).

Die zweite Person ist seit 2019 auf der Plattform 99designs als Grafik- und Logodesignerin tätig und wurde durch einen Kommilitonen darauf aufmerksam (vgl. I2/Z 22-25). Sie hat eine akademische Ausbildung als Grafikdesignerin und hat ihren Bachelor in Grafik- und Informationsdesign absolviert (vgl. I2/Z 6-8). Der Kontakt ist über LinkedIn zustande gekommen und die Person verbringt ca. 20 Stunden in der Woche mit Cloudworking auf 99designs (vgl. I2/Z 193) und generiert damit zwischen 80 und 90 Prozent ihrer Einkünfte (vgl. I2/Z 394). Hier besteht ebenfalls die Situation wie in Interview 1, dass die Person noch zuhause lebt und das Einkommen vorrangig als Taschengeld betrachtet (vgl. I2/Z 520).

Die dritte Interviewpartnerin arbeitet seit ungefähr 1 Jahr über die Plattform Upwork (vgl. I3/Z 21). Sie hat eine Lehre als Medienfachfrau abgeschlossen und ist die Einzige im Sample, die über die Plattform hinaus Arbeitserfahrung als Grafikerin hat, da sie bereits eine feste Anstellung in einer Werbeagentur hatte (vgl. I3/Z 10-15). Upwork ist nicht ihre Haupteinnahmequelle, wodurch sie sich erneut von den anderen beiden abhebt, sie generiert nur etwa 10% ihrer Einkünfte über das Cloudworking bei Upwork (vgl. I3/Z 336) und arbeitet als Freelancerin bei einer Agentur (vgl. I3/Z 462-465). Der Kontakt ist über eine gemeinsame Bekannte zustande gekommen und auch dieses Interview wurde online abgehalten.

Die Auswertung: Qualitative Inhaltsanalyse

Denkt man an qualitative Sozialforschung, dann ist die Grounded Theory unmittelbar damit verbunden. In dem 1967 erschienen Buch „The Discovery of Grounded Theory“ beschrieben Barney Glaser und Anselm Strauss die Anfänge der Grounded Theory. In ihrer Untersuchung über Krankenhauspersonal und deren Umgang mit dem Sterbeprozess von Patient*innen, entstand das Grundgerüst des qualitativen, empirischen und theoriengenerierenden Forschungsstils (vgl. Stübing 2018, 122). In den darauffolgenden Dekaden verfassten die beiden getrennt voneinander, teilweise abweichende Lehrbücher über die Grounded Theory, wobei Glaser ein naiver Induktivismus unterstellt wird (vgl. Stübing 2018, 123). Allgemein ist wichtig zu verstehen, dass es sich bei der Grounded Theory nicht um eine Methode, sondern um einen Forschungsstil handelt (vgl. Stübing 2018, 124). Die Grounded Theory, lehnt jedoch das Vorstudium von Literatur ab und empfiehlt den Forschenden ohne Vorwissen und Vorannahmen die Feldarbeit zu starten (vgl. Glaser/ Strauss 1980, 37). Außerdem sollten möglichst keine Vorannahmen mitgebracht und vor allem eine induktive Vorgehensweise verfolgt werden (vgl. Stübing 2018, 35).

In der vorliegenden Arbeit sind aber Vorannahmen vorhanden, die sich bereits in der Forschungsfrage offenbaren. Es wird davon ausgegangen, dass im Cloudworking Autonomiespielräume und Kontrollmechanismen vorhanden sind und es zu einer Einschränkung durch letztere kommt. Um die durchgeführten Interviews, gezielt nach dazugehörigen Kategorien auswerten zu können, bietet sich für das Forschungsvorhaben, besonders die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring an.

Die Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring will: „Kommunikation analysieren, fixierte Kommunikation analysieren, dabei systematisch vorgehen, dabei also regelgeleitet vorgehen, dabei auch theoriegeleitet vorgehen, das Ziel verfolgen Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen“ (Mayring 2015, 13).

Die (fixierte) Kommunikation bilden in dieser Arbeit, die Transkripte der Interviews ab, welche Gegenstand der Inhaltsanalyse sind. Das systematische und regelgeleitete Vorgehen heißt, sich an vorabfestgesetzte Richtlinien zu halten, wie das Material analysiert werden soll, was bei der induktiven Kategorienbildung aber sehr offengehalten werden sollte und trotzdem ein System zugrunde liegen hat (vgl. Mayring 2015, 51). Die Kategorien sind wichtig, damit in den Ergebnissen auch Vergleiche angestellt werden können (vgl. Mayring 2015, 52). Mayring selbst sagt, der Begriff kategoriengeleitete Textanalyse, wäre wohl eine treffendere Bezeichnung für die qualitative Inhaltsanalyse (vgl. Mayring 2015, 13).

Das theoriegeleitete Vorgehen bezieht sich auf den Miteinbezug des Stands der Forschung (vgl. Mayring 2015, 53), was vor allem in Bezug auf Cloudworking wichtig ist, um gewisse Aussagen überhaupt einordnen zu können.

Es ist zentral zunächst das zu analysierende Material festzulegen und die Entstehungssituation dessen zu reflektieren (vgl. Mayring 2015, 55). Für Auswertung dieser Arbeit wurden die Transkripte von 3 Interviews, herangezogen. Dabei wurde über diverse Kanäle im Internet gezielt nach österreichischen Cloudworker*innen gesucht, die über Arbeitserfahrung verfügen und sich für ein Interview bereiterklären. Kritisch ist dabei zu betrachten, dass nur jene Personen, die auch über soziale Medien und E-Mail-Adressen ausfindig gemacht werden konnten, auch kontaktiert wurden. Das heißt, eine große Anzahl von Personen wurde im Vorhinein ausgeschlossen. Außerdem hat sich die Mehrheit, der kontaktierten Personen, nicht bereiterklärt, beziehungsweise nicht auf die Anfrage reagiert, das heißt vor allem Personen, die sich gerne mitteilen möchten, konnten einbezogen und abgebildet werden. Es wurde auch darauf geachtet Personen von möglichst unterschiedlichen Plattformen zu kontaktieren, sodass keine Gruppe überrepräsentiert ist.

Die Interviews wurden via Skype und Zoom abgehalten, was positive und negative Aspekte mit sich bringt, einerseits ist dadurch der Zugang zu Personen aus ganz Österreich möglich und die Bereitschaft durch die Zeitersparnis erhöht, aber dieses Setting über den Bildschirm zu kommunizieren bringt auch eine gewisse Entfremdung, Distanz und Störung durch technische Schwierigkeiten mit sich.

Unter anderem das gleichzeitige Sprechen und ins Wort fallen, da die Übertragung verzögert ist, was den Sprachfluss beeinträchtigen kann. Der größte Vorteil dabei ist aber in Bezug auf das Cloudworking, dass es den Befragten möglich ist, direkt Inhalte der Plattform visuell zu teilen und anhand derer auf gewisse Thematiken näher einzugehen.

Die Interviews wurden mittels einer Audioaufnahme meines Mobiltelefons aufgezeichnet und im Abschluss Wort für Wort mit der Anwendung „Transcriptions“ transkribiert. Diese Anwendung wurde verwendet, da sie kostenfrei ist und die Transkripte wurden anonymisiert und teilweise durch Erklärungen ergänzt, die den Leser*innen verdeutlichen sollen, was gerade geschieht. So etwa wurde darauf hingewiesen, wenn die Befragten während des Teilens ihres Bildschirms die Funktionen der Plattform erklären oder ihre Accounts zeigen.

Durch den geringen Stichprobenumfang, den unzufälligen Entstehungskontext und die Homogenität des Samples, kann hierbei nicht von einer repräsentativen Zufallsstichprobe gesprochen werden, weshalb die getroffenen Aussagen nicht verallgemeinbar sind.

Die Kategorien

Für die vorliegende Arbeit wurde teilweise eine induktive Kategorienbildung angestrebt, das heißt die Kategorien werden aus dem Material (Transkripte) heraus gewonnen. Im Fokus steht die Entwicklung des Kategoriensystems, wobei in einem Wechselverhältnis zwischen Material und Theorie, Kategorien entwickelt werden, die dann überarbeitet und überprüft werden, wodurch die Ergebnisse dann in die Richtung der Forschungsfrage interpretiert werden können (vgl. Mayring 2015, 61).

Dazu werden die für die Forschungsfrage relevanten Inhalte zunächst paraphrasiert, das heißt zusammengefasst und dann generalisiert, das heißt abstrahiert (vgl. Mayring 2015, 71f). Die letzten Analyseschritte sind jene der Reduktion, das bedeutet es werden ähnliche Abschnitte zusammengefasst und redundante beziehungsweise unwesentlich gelöscht (vgl. Mayring 2015, 72). Die folgende Abbildung 6 zeigt die Systematische Vorgehensweise der induktiven Kategorienbildung nach Philipp Mayring:

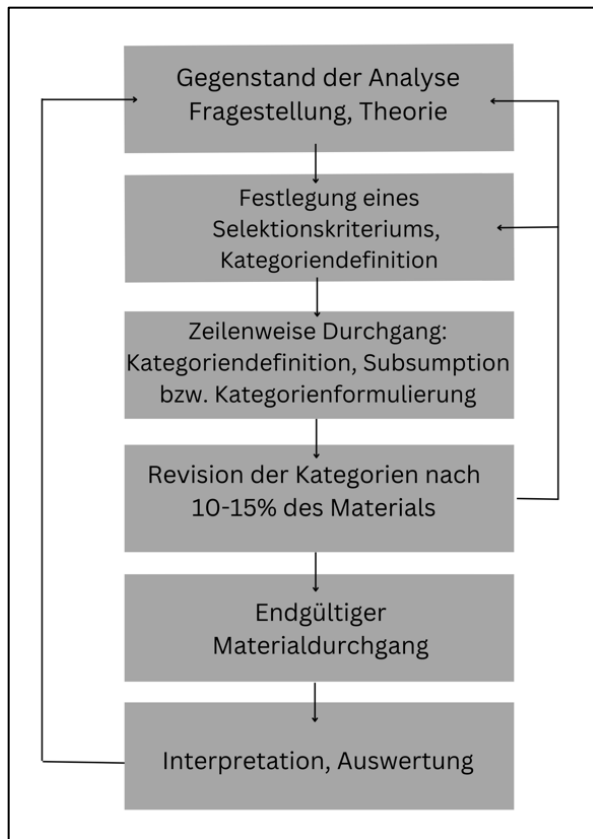


Abbildung 6: Ablaufmodell induktive Kategorienbildung

Quelle: In Anlehnung an Mayring 2016, 116

Wie in Abbildung 6 dargestellt, handelt es sich hier um einen teilweise zyklischen Prozess, wobei die Kategorien aus dem Material heraus entstehen und überprüft werden und das bis zum letzten Schritt.

Bei der deduktiven Kategorienbildung gibt es bereits Vorannahmen, die aus den theoretischen Überlegungen und Voruntersuchungen resultieren (vgl. Mayring 2015, 85). Auch diese Art der Kategorienbildung soll hier Anwendung finden, da durch die Forschungsfrage bereits Phänomene wie Autonomie und Kontrolle im Material erwartet werden. Dazu kann es sinnvoll sein, einen Kodierleitfaden aufzustellen, wobei die Kategorien inklusive einer Definition, einem Ankerbeispiel und den Kodierregeln angegeben sind (vgl. Mayring 2015, 111). Der Kodierleitfaden ergibt sich vor allem auf Grundlage des Interviewleitfadens, da hierbei gezielt gewisse Phänomene angedeutet und in den Nachfragen vertieft wurden. Welche diese Hauptpunkte und sind, kann im Abschnitt „Der Leitfaden“ nachgelesen werden.

Um nicht den Überblick zu verlieren kann es sinnvoll sein, ein Computerprogramm zu verwenden, das die qualitative Inhaltsanalyse unterstützt, Mayring schlägt in seinem Buch 9 Programme vor (vgl. Mayring 2015, 117). Für die vorliegende Arbeit wurde das Programm MAXQDA verwendet, da es mir bereits bekannt war und sich in vergangenen Untersuchungen als hilfreich erwiesen hat.

Außerdem wurde sich für die Untersuchung eines Instruments aus der Grounded Theory bedient, und zwar dem Verfassen von Memos. Über den Zeitraum des Schreibens dieser Arbeit wurde ein Forschungstagebuch zum Festhalten von Gedanken, Ideen und Problemen verfasst. Die darin enthaltenen Memos etwa zu den Interviews, sind sehr hilfreich für die Interpretation, da sie Elemente enthalten, die im klassischen Transkript keinen Platz finden. Außerdem hat das Forschungstagebuch auch einen Reflexiven Charakter, was ebenfalls eine Rolle bei der Interpretation der Ergebnisse spielt und nicht zu vernachlässigen ist. Das Forschungstagebuch wurde insgesamt als sehr hilfreich wahrgenommen.

Die Ergebnisse

Eintrittsbarrieren?

Wie bereits in der Einleitung offengelegt, beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit Grafik- und Logodesigner*innen, die ihre Dienste über Arbeitsplattformen anbieten bzw. sich auf Aufträge bewerben. Um ein möglichst ganzheitliches Bild der Arbeitssituation erhalten zu können, stellt sich zunächst die Frage der Zugänglichkeit zu diesen Plattformen und vor allem auch der dafür benötigten Qualifikationen.

In den durchgeführten Interviews konnten keine Hinweise auf spezielle Zertifikate oder persönliche Eigenschaften gefunden werden. Auf Upwork wird zwar das Hochladen eines gültigen Ausweisdokuments gefordert (vgl. I3/Z 472), aber dies ist bei Fiverr nicht der Fall. Aus diesem Grund war es auch möglich, dass einer der Befragten bereits mit 15 Jahren auf der Plattform arbeiten konnte (vgl. I1/Z 747), da auf dieser Plattform nur eine Identifizierung via E-Mail und Telefonnummer nötig ist (vgl. Fiverr d). Ob die arbeitsschutzrechtlichen Bestimmungen im Sinne des Kinder- und Jugendlichen-Beschäftigungsgesetz dabei eingehalten werden können, ist jedoch fraglich, weil eine derartige Supervision in dem Modell der Plattformen nicht vorgesehen ist.

Da weder die Plattformen noch die Auftraggeber*innen persönlich mit den Auftragnehmer*innen in Kontakt treten, ist es für erstere nicht immer ersichtlich wer hinter einem Profil steckt. So können beispielsweise auch mehrere Personen zusammen ein Profil betreiben, ohne die Identität aller Beteiligten offen zu legen. In dem zweiten Interview hat die Befragte ihre ersten Aufträge gemeinsam mit einem Kommilitonen über dessen Profil gemeinsam bearbeitet, ohne dabei ihre Identität offen zu legen:

„Wir haben’s von seinem Profil sozusagen mal probiert, so dass ich weiß: Will ich das wirklich machen. Und dann hab ich gesehen, dass das schon sehr cool ist. Dann hab ich mich angemeldet, aber da braucht’s dann auch wieder einen gewissen Zeitraum, bis du freigeschalten wirst von 99designs. Und bis ich halt mein eigenes Profil hatte, haben wird das von Seinem gemacht und wenn wird was gewonnen haben, das Geld einfach so aufgeteilt, ja“ (vgl. I2/Z 554-558).

Dieses Beispiel zeigt auf, dass die Auftragnehmer*innen beim Cloudworking einen gewissen Handlungsspielraum haben, da sie nicht zwangsläufig ihre Identität offenbaren müssen. Was aber auch mit Unsicherheiten für die Auftraggeber*innen und die Plattformen verbunden ist.

Zwei der drei Befragten haben zwar eine grafische Ausbildung, aber jene ist nicht zwingend notwendig, um auf einer der drei Plattformen als Auftragnehmer*in tätig zu sein. Die Auftragnehmer*innen haben zwar die Möglichkeit ihre Berufserfahrung und ihre Ausbildung in dem Profil anzugeben, aber es sei nicht zwingend notwendig (vgl. I2/Z 544-545). Bei 99designs werden die Auftragnehmer*innen auf Grundlage dieser Angaben automatisch bewertet und daraufhin kategorisiert, also als Einsteiger*in oder Profi (vgl. I2/Z 541-543). Da diese Kategorisierung auch die Auftragslage beeinflussen kann, ist natürlich eine gewisse Motivation da, diese Angaben vollständig auszufüllen. Die Befragte in Interview 2 hat auch über eine andere Plattform (DesignBro) versucht Cloudworking im Design- und Grafikbereich zu betreiben, wurde dabei aber wegen ihres nicht ausreichend guten Portfolios abgelehnt (vgl. I2/Z 533-535). Dies zeigt, dass die Zugangsvoraussetzungen zu den Plattformen stark variieren und es klare Unterschiede bei den Eintrittsbarrieren und Standards für die Zulassung gibt. Aber auch, dass durch die Anzahl an multiplen Alternativen genug Handlungsspielraum für die Auftragnehmer*innen gegeben ist, um auf anderen Plattformen, mit weniger Regulierungen Arbeit zu finden.

Der Registrierungsprozess dauert auf den Plattformen unterschiedlich lange, wie im vorherigen Absatz nachzulesen, gibt es etwa bei 99designs einen gewissen Wartezeitraum, diesen gibt es bei den beiden anderen Plattformen nicht. Bei Fiverr kann ein Profil in wenigen Stunden erstellt und daraufhin genutzt werden:

„Ich mein halt kommt immer drauf an wie schön man den Gig präsentieren will, da kann man unendlich viele Stunden reinstecken, aber im Durchschnitt kann man sich innerhalb von, also ich könnte es innerhalb von einer halben Stunde machen, weil ich das schon öfters gemacht hab, aber ich glaub Neuankömmlinge 2 Stunden, 3 Stunden, man hat dann quasi das Profil, ein schönes fertiges Profil“ (I1/Z 112-116).

Dies zeigt auf, wie schnell Auftragnehmer*innen hier der Zugang zu potenziellen Auftraggeber*innen gewährt werden kann. Auch Personen, die keine Arbeitserfahrung oder Ausbildung in einem gewissen Bereich haben, können sich innerhalb weniger Stunden auf einigen Plattformen, wie etwa Fiverr oder Upwork einen Zugang zu Arbeit verschaffen, ohne wirklich eine Qualifizierung nachweisen zu müssen. Das Profil selbst ist natürlich das Aushängeschild der Cloudworker*innen, wobei es besonders gut ankommt, wenn dieses möglichst persönlich gestaltet ist (vgl. I3/Z 523-525).

Im Zuge der Interviews konnte aber festgestellt werden, dass Upwork sich engagiert für die angemeldeten Cloudworker*innen Weiterbildungen anzubieten, wobei sie lernen ihre Profile besser gestalten und daraufhin mehr Aufträge an Land ziehen zu können (vgl. I3/Z 370-372). Diese Schulungen sind so wie auch die YouTube- Videos, die Tipps bereitstellen, alle auf Englisch und die Befragte hat noch nie an einem solchen Event teilgenommen (vgl. I3/Z 371-372). Dies zeigt zwar die Initiative der Plattform, aber gleichzeitig den Handlungsspielraum der Auftragnehmer*innen sich solchen Angeboten auch entziehen zu können. Während Upwork stärker darauf fokussiert ist die Profile attraktiver zu gestalten und den Kundenumgang zu verbessern, hat 99designs den Fokus in ihren YouTube- Videos vor allem auf die Verbesserung der technischen Fähigkeiten gelegt (vgl. YouTube). Auch in den Interviews ist YouTube immer wieder als Recherche-Quelle genannt worden (vgl. I1/Z 13 oder I3/Z 576).

Die Involvierten

Im Folgenden Abschnitt sollen alle in den Prozess des Cloudworkings involvierten Parteien genauer betrachtet werden, angefangen bei den Auftragnehmer*innen.

Die Rolle der Auftragnehmer*innen

In der Analyse wurden, wie bereits erwähnt Interviews mit 3 Logo- Designer*innen von verschiedenen Plattformen durchgeführt (99designs, Fiverr und Upwork). Sie sehen sich alle als Selbstständige bzw. Freelancer*innen (vgl. I1/Z 59 oder I2/Z 488 oder I3/Z 456). In keinem der drei Interviews sind jemals die Bezeichnungen: Cloudworking, Crowdfunding oder Plattformarbeit seitens der Befragten erwähnt worden, wobei diese Begrifflichkeiten teilweise bei der Interview- Anfrage verwendet wurden. Die Identifikation der Befragten scheint klar in die Richtung der Selbstständigen zu gehen und weniger als jene der Cloudworker*innen bzw. Plattformarbeiter*innen.

Die Personen aus den Interviews 1 und 2 beschreiben die Plattformarbeit als ihre Haupteinnahmequelle (vgl. I1/Z 286-287 oder I2/Z 394). Gleichzeitig aber als etwas das sie nebenbei machen, also neben ihrer Ausbildung, die sie als primäre Tätigkeit sehen:

„Jein, ich sehe es schon als richtigen Job auch, ich nehme das sehr ernst, jedoch kann ich halt nicht sagen, dass das mein richtiger Job ist, weil ich halt auch noch Schüler bin“ (I1/Z 91-92).

„Ich benutze die Plattform einfach in meiner Freizeit neben dem Studium, damit sie mich sozusagen mit diesen Leuten verknüpft“ (I2/Z 176-177).

Die Befragten möchten auch nichts an ihrem Status als Selbstständige bei den jeweiligen Plattformen ändern, eine Festanstellung bei diesen ist nicht gewünscht (vgl. I1/Z 687-688 oder I2/Z 501-502).

Interessant ist im Zusammenhang mit der Identifikation der Auftragnehmer*innen besonders der Status auf der Plattform selbst. Besonders in Interview 1 kam das Selbstbild der Person auf der Plattform wiederholt auf, dabei orientiert sich der Status in den von der Plattform Fiverr vorgegeben Levels, welche als Auftragnehmer*innen erreicht werden können, wenn ein gewisses Verhalten seitens der Auftragnehmer*innen eingehalten wird.

„Derzeit bin ich Level 0, weil ich nicht in der Lage war aufgrund meiner Diplomarbeit alle Bestellungen rechtzeitig zu erfüllen, aus diesem Grund bin ich immer weiter runter gekommen. Ich würde selbst behaupten, dass ich relativ weit oben auf der Website stehe, jedoch schwankt es immer wieder, es gibt wirklich gute Zeiten, wo ich auf der Hauptseite bin, wo ich als einer der ersten Logo-Designer auftrete, es gibt Seiten, wo man mich halt länger suchen muss, aber im Durchschnitt würde ich sagen, findet man mich relativ schnell auf der Website und ich hab glaube ich 350 Reviews oder so ähnlich. (...) ich habe relativ viele Reviews, ich bin relativ gut oben auf der Website, ich bin zufrieden, wie es derzeit ist“ (I1/Z 45-54).

Dieser Ausschnitt aus Interview 1 lässt zum einen vermuten, dass die Zufriedenheit stark mit den Levels, die von Fiverr vorgegeben werden, zusammenhängt, weil diese auch über die Sichtbarkeit und in weiterer Folge über die Auftragslage bestimmen. Zum anderen, identifiziert sich die Person als einem gewissen Level zugehörig und verbindet das mit einer Rangordnungsskala, die ein oben und unten hat. Genauer zu diesem Thema ist unter dem Abschnitt „Herrschaftsmodus: Algorithmus“ zu finden.

Die Rolle der Auftraggeber*innen

Grundsätzlich können alle Personen, die auf den untersuchten Arbeitsplattformen registriert sind, gleichzeitig anbieten und kaufen (vgl. I1/Z 627). Es ist also möglich für Auftraggeber*innen selbst Projekte in Auftrag zu geben und damit zu Auftraggeber*innen zu werden, was zum Beispiel die Person aus Interview 1 gemacht hat (vgl. I1/Z 627-628). Die Auftraggeber*innen werden von den Auftraggeber*innen als Kund*innen oder Klient*innen bezeichnet und kommen oft selbst aus der Kreativbranche (vgl. z.B. I1/Z 360).

In Bezug auf die Auftraggeber*innen ist es wichtig zwischen den Funktionsweisen der Plattformen zu unterscheiden, denn bei Fiverr suchen sich die Auftraggeber*innen die Auftragnehmer*innen auf Grundlage ihrer Reputation und ihrer Portfolios aus (vgl. I1/Z 139-140), während bei 99designs die Auftragnehmer*innen sich mit einem Design auf einen Auftrag bewerben müssen (vgl. I2/Z 93-100) und Upwork eine Mischform dieser beiden Herangehensweisen bildet (vgl. I3/Z 48-49 und I3/Z 97-100). Wer die Auftraggeber*innen sind, spielt für die meisten Befragten keine besonders große Rolle auch nicht, ob es sich dabei, um eine Privatperson oder ein Unternehmen handelt ist nicht wichtig (vgl. z.B. I2/Z 126).

Wie viel künstlerische Freiheit den Auftragnehmer*innen bei der Bearbeitung der Projekte gewährt wird, variiert dabei stark und hängt vor allem mit den Vorstellungen der Auftraggeber*innen zusammen:

„Kommt auf Kunde zu Kunde an, also manche Kunden haben explizite Vorstellungen und Wünsche, andere geben mir relativ sehr sehr viel Freiheit. Andere sind dabei jedoch so gespaltenen Meinung, anfangs sind die sehr offen, dann nachdem sie meine Entwürfe gesehen haben, meinen sie, nein sowas geht gar nicht und wollen dann explizit das und das“ (I1/Z 317-320).

Gänzlich freie Hand bei der Bearbeitung der Projekte zu haben ist jedoch nicht immer gewünscht, denn grundsätzliche Vorgaben zeigen, dass die Auftraggeber*innen nicht die ganze Verantwortung auf die Auftragnehmer*innen übertragen (vgl. I2/Z 109-113). Vor allem Aufträge, bei denen die Auftraggeber*innen selbst keine Vorstellungen haben, werden als Herausforderung gesehen (I1/Z 126-128).

Die Beziehung zwischen Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen ist ambivalent, einerseits wollen sie nur den Auftrag erfüllen und interessieren sich nicht wirklich für die Auftraggeber*innen (vgl. I1/Z 363-364). Andererseits hoffen sie darauf, dass sie langfristig mit den Auftraggeber*innen zusammenarbeiten, auch außerhalb der Plattform mit ihnen in Kontakt bleiben und zukünftige Aufträge dadurch privat verhandeln können (vgl. I3/Z 149-152).

Bezeichnend für die Beziehung zwischen den Parteien ist auch ein gewisses Maß an Misstrauen in Bezug auf die Bezahlung, diese Thematik wird im Abschnitt „Unsicherheit“ genauer beleuchtet.

Die Rolle der Plattformen

Die Arbeitsplattformen werden in allen Interviews als passiv beschrieben und die Befragten, waren nicht wirklich in Kontakt mit den Plattformen bzw. haben mit ihnen kommuniziert. Ihnen wird eine sehr untergeordnete Rolle zugesprochen, die sich nicht wirklich in Angelegenheiten „einmischt“. Bei den Angelegenheiten handelt es sich etwa, um verspätet abgegebene Projekte, wie im folgenden Beispiel aus Interview 1:

„Und dieser Timer, der tickt, der hat wirklich Sekunde, Minute, Stunde, Tag und der tickt, tickt, tickt und sobald der auf 0000 ist, hat der Klient die Erlaubnis von Fiverr aus, dass er die Bestellung abbricht. Ich habe dann noch die Chance zu rechtfertigen und wir können halt einen Entschluss treffen. Fiverr mischt sich da lieber nicht ein“ (I1/Z 425-429).

Interessant im Zusammenhang mit diesem Zitat ist, dass zwar der Auslöser für die Schwierigkeiten mit den Auftraggeber*innen die nicht eingehaltene Abgabezeit ist, welche von der Plattform vorgegeben ist und diese trotzdem als passiv und außenstehend wahrgenommen wird.

Die Befragten identifizieren sich nicht wirklich über die Plattformen, sind aber gleichzeitig nicht bei mehreren Plattformen parallel aktiv (vgl. I1/Z 137 oder I2/Z 533 oder I3/Z 482-483). Der Fakt, dass die Arbeitsplattformen einen gewissen Prozentsatz der erledigten Aufträge einbehalten, war nur 2 der 3 Befragten bewusst und vor allem im dritten Interview wurde dies als störend wahrgenommen (vgl. I3/ Z 113-114). Die Rolle der Plattform scheint vor allem eine Vermittelnde zu sein, intensiver Kontakt zu den Auftragnehmer*innen bleibt aus, diese wollen vor allem ihren Kundenstamm erweitern und dann ohne die Plattform privat mit den Auftraggeber*innen zusammenarbeiten.

Die Rolle der anderen Cloudworker*innen

Keine der befragten Personen sind über die Plattform oder außerhalb in Kontakt mit anderen Cloudworker*innen getreten, auch wenn Möglichkeiten dafür geboten werden (vgl. I1/Z 627 oder I3/Z 634-365). Es scheint kein großes Interesse zu bestehen sich mit anderen Cloudworker*innen auszutauschen oder zu vernetzen. Die Person aus Interview 2 ist zwar durch einen Kommilitonen zur Plattformarbeit gekommen und hat auch anfangs von seinem Profil aus gearbeitet, aber schnell ein eigenes Auftreten angestrebt (vgl. I2/Z 554-555).

Der erste Interviewpartner wurde auch von anderen Personen auf der Plattform kontaktiert und angefragt, ob diese für ihn arbeiten dürfen, dies hat er jedoch abgelehnt, da er lieber allein arbeitet (vgl. I1/Z 645-648). Dies ist ein Indikator dafür, dass der Status als Solo- Selbstständige gewünscht ist und keine Verantwortung für weitere Personen übernommen werden möchte. Die Person aus Interview 1 vermutet, dass die Anfragen daher rühren, dass er gute Bewertungen hat und die Personen von seinen Einkünften mit profitieren möchten (vgl. I1/Z 652). Vor allem die Cloudworker*innen aus Ländern mit niedrigeren durchschnittlichen Einkommen, werden als Konkurrenz wahrgenommen, da sie ihre Preise sehr viel tiefer ansetzen:

„(...) da sind halt auch viele aus Indien und so weiter, da sind die Preise natürlich ganz anders und das kannst du halt nicht machen. Du kannst ja nicht für 10 € die Stunde irgendwas machen. Und da ist halt die Konkurrenz schon sehr stark“ (I3/Z 533-535).

Die anderen Cloudworker*innen werden als große Masse an Unbekannten wahrgenommen und ihre hochgeladenen Portfolios teilweise auch bewundert (vgl. I2/Z 46-48), aber es besteht kein Ansporn für die Befragten mit anderen in einen Austausch zu treten oder zusammen zu arbeiten.

Macht in der Cloud

Ungleiche Machtverhältnisse

Die Auftraggeber*innen können bei Fiverr jederzeit die Bestellung abbrechen, das bedeutet für die Auftragnehmer*innen nicht nur, dass sie nicht bezahlt werden, sondern birgt auch die Gefahr, dass die Auftraggeber*innen die ihnen bis jetzt zugesendeten Logos verwenden, ohne, die Auftragnehmer*innen dafür zu vergüten (vgl. I1/Z 682).

„Einfach halt, dass der Kunde die Freiheit hat, jederzeit die Bestellung abubrechen, ohne dass ich da einen Einwand hab. Weil der Kunde könnte jetzt zum Beispiel, ich sende ihm jetzt ein fertige Logo, der Kunde könnte, das ist mir einmal passiert, das abbrechen, also sagen das passt nicht, aber trotzdem das Logo verwenden“ (I1/Z 675-678).

Die Auftragnehmer*innen können sich nicht dagegen wehren, weil es die Infrastruktur der Plattform nicht vorsieht, dabei wird die Frustration aber klar auf die Plattform projiziert und nicht auf die Kunden selbst. Diese produzieren das Machtungleichgewicht und stellen sich auf die Seite der Auftraggeber*innen (vgl. I1/Z 666-667).

Bei 99designs gibt es offene Wettbewerbe, bei denen nicht zwangsläufig ein*e Gewinner*in gewählt werden muss, die Auftraggeber*innen können den Contest auch beenden, ohne zu bezahlen und können dann eines der eingereichten Logos von einer dritten Person günstig nachbauen lassen (vgl. I2/Z 68-71).

Bei Upwork sind die Auftragnehmer*innen mehr abgesichert, sobald die Auftraggeber*innen einen Auftrag akzeptieren, müssen diese das Geld an Upwork überweisen und somit wird die eingebrachte Arbeitsleistung sicher vergütet (vgl. I3/ Z 86-91). Hierbei besteht auch die Möglichkeit Sketches und Entwürfe, die einen Eindruck der Fähigkeiten und Ideen der Auftragnehmer*innen vermitteln soll, gegen eine kleinere Gebühr einzuholen (vgl. I3/Z 423-425).

Hier wird klar, dass die Plattformen stark darin variieren wie viel Macht sie den Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen übertragen, dies spiegelt sich auch in den verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten wider.

Kommunikation

Auf der Plattform Fiverr sind alle registrierten Personen sowohl Anbieter*innen, als auch Käufer*innen und es besteht die Möglichkeit jede*n zu kontaktieren (vgl. I1/Z 627-628). Das heißt beide Parteien haben die Möglichkeit sich gegenseitig zu kontaktieren und bei etwaigen Schwierigkeiten über einen Chat unterhalten zu können.

Bei 99designs hingegen findet die Kommunikation über die Kommentarspalte statt und kann nur von den Auftraggeber*innen initiiert werden (vgl. I2/Z 349). Sprich, wenn Auftraggeber*innen die Beiträge der Auftragnehmer*innen kommentieren, können diese dann ebenfalls mit ihnen in Kontakt treten, vorher ist dies jedoch nicht möglich. Dabei ist die Kommunikation gewünscht, da sie den Auftragnehmer*innen eine Richtung vorgeben kann:

„Kommt auch wieder auf den Kunden an, ähm wie gesagt es gibt Kunden, die kommunizieren gern und Kunden, die machen das halt nicht. Also der Erste Kunde hat nur Sternbewertung gegeben und kein konstruktives Feedback, wo ich irgendwie, wo ich wissen hätte können, was ich verbessern könnte. Und mein letzter Kunde, hat immer wieder Kommentare hinterlassen, wie: Schaut gut aus, kannst du das machen, oder das machen, probier mal das. Und da musste ich schon erreichbar sein, also wie gesagt, kommt auf die Person drauf an“ (I2/Z 211-216).

Die Kommunikation spielt bei dieser Plattform eine wichtige Rolle, denn nur das Design, welches den Auftraggeber*innen am besten gefällt wird ausgewählt und wenn die Auftragnehmer*innen keine Möglichkeit bekommen durch Feedback in der Kommentarspalte ihre Designs zu verändern, werden diese wahrscheinlich nicht ausgewählt. Sie sind darauf angewiesen, dass die Auftraggeber*innen ihre Designs kommentieren und mit ihnen in den Austausch treten. Den Gewinner*innen der Conteste steht es dann offen, diese Auftraggeber*innen auch zukünftig von sich aus zu kontaktieren (vgl. I2/Z 100-103), aber dieses Privileg, müssen sie sich erst verdienen.

Auf der Cloudworking- Plattform Upwork haben die Auftragnehmer*innen die Möglichkeit sich auf Aufträge zu bewerben (vgl. I3/Z 48-49), oder von den Auftraggeber*innen zu Interviews eingeladen zu werden, wobei diese häufig nicht den angestrebten Tätigkeitsbereich abdecken (vgl. I3/Z 97-101). Die Kommunikation muss hierbei von den Auftraggeber*innen akzeptiert oder initiiert werden, damit die Auftragnehmer*innen die Möglichkeit haben mit ihnen in einen Austausch zu treten.

Mitspracherecht

Den Cloudworker*innen bleibt nichts anderes übrig, als sich den Regeln der Plattformen zu unterwerfen, wie bereits im Abschnitt „Nutzungsbedingungen“ festgestellt wurde. Daraus folgend könnte man vermuten, dass sich diese mehr Mitspracherecht wünschen, wodurch sie auf Situationen, welche sie einschränken, gezielt Einspruch erheben könnten. Die Befragten aus den Interview 2 und 3, wünschen sich jedoch keinerlei Mitspracherecht auf der Plattform (vgl. I2/Z 462-463 und I3/Z 433) auch, wenn sie in ihrer eigenen Wahrnehmung über ein eingeschränktes bzw. keinerlei Mitspracherecht verfügen (vgl. I2/Z 443-451 und I3/Z 437). Sie möchten nicht in die Organisation der Plattform miteinbezogen werden (vgl. I2/Z 463).

In Interview 1 hingegen wird zwar ein Mitspracherecht gewünscht, um gegen das Machtungleichgewicht vorgehen zu können, die Person möchte dabei aber nicht selbst involviert sein:

„(...) also ich würde gerne, ja, aber mir würde jetzt konkret nicht einfallen, wie ich das machen könnte. Oder wie man das implementieren könnte, das ich halt, ein gewisses Mitspracherecht hab. Es ist sehr schwer und ich bin mir sicher, dass sich viel schlauere Leute als ich schon Gedanken darüber gemacht haben, aber zu keinem Entschluss kommen konnten. Man hat sich sicher schon öfter überlegt auf Fiverr: Okay wie können wir das jetzt noch für beide Seiten gerecht machen. Nur ich bin mir nicht sicher, wie man das machen könnte“ (I1/Z 705-711).

Es scheint eine gewisse Ungerechtigkeit empfunden zu werden, die es zu beseitigen gilt, aber die Lösungsstrategien dabei fehlen und sollten von der Plattform implementiert werden und nicht von einer Interessensvertretung oder Gewerkschaft, die Verantwortung wird dabei bei Fiverr selbst gesehen.

Anerkennung und Motivation

Motive der Plattformarbeit

Die Gründe und Motive, warum sich die Befragten auf den Arbeitsplattformen angemeldet haben, sind ziemlich ähnlich, vor allem das Knüpfen neuer Kontakte mit potenziellen Kund*innen, steht dabei im Vordergrund (vgl. I2/ Z 34-39 oder I3/Z 31-32). Die Person aus Interview 3 beschreibt, dass sie in der ersten Zeit als Selbstständige keine Kunden hatte und durch die Plattform ist es ihr ermöglicht worden einen Kundenstamm aufzubauen, mit dem sie auch außerhalb der Plattform arbeiten kann (vgl. I3/Z 21-25). Das Ziel der Interviewpartner*innen 2 und 3 ist es vor allem über die Plattform Kontakte zu knüpfen und diese dann außerhalb der Plattform privat weiterhin zu nutzen (vgl. I2/Z 37-39 oder I3/Z 403-407). Die Person aus Interview 2 konnte in den 3 Jahren, die sie bei 99designs Logos designet bis jetzt 1 Kontakt knüpfen, mit dem sie auch außerhalb weiterführende Projekte bearbeitet (vgl. I2/Z 424-428) und die Person aus Interview 3, die seit 1 Jahr über Upwork arbeitet konnte 2 gewinnen (vgl. I3/Z 403).

Die Person aus Interview 1 hingegen, sieht das Netzwerken nicht als die primäre Funktion für sich, das Geld verdienen steht hier mehr im Vordergrund (vgl. I1/Z 19). Er gibt auch an, dass Grafikdesign nicht unbedingt etwas ist, das ihn von Anfang an interessiert hat beziehungsweise eine Passion für ihn ist, sondern es wirklich primär um den Verdienst geht (vgl. I1/Z 19-23). Dabei ist zu bedenken, dass der Befragte in seinem ersten Jahr auf Fiverr (2017) nur circa 1€ in der Stunde verdient hat (vgl. I1/Z 294-295).

Es kann also festgehalten werden, dass sowohl das Netzwerken als auch der Verdienst wichtige Motivatoren für die Plattformarbeit sind und auch wenn diese Ziele durch die Plattformarbeit dann nicht unbedingt in hohem Maße erreicht werden, bleiben die Interviewten dabei.

Fehlende Anerkennung und Respekt

Im Zuge der Interviews hat sich herausgestellt, dass die Befragten über die Plattformarbeit mit Situationen konfrontiert sind, in denen sie sich ungerecht behandelt, oder wenig respektiert fühlen:

„Also vor allem am Anfang wird man auf sehr viele Kunden treffen, aber auch später wird man noch auf viele Kunden treffen, die wirklich auf einen herabsehen, also ein gewisser Respekt ist nicht immer vorhanden“ (I1/Z 122-124).

Vor allem in Bezug auf (nicht) Bezahlung und Aufträge, die zurückgezogen werden (vgl. I2/Z 434-438 oder I3/Z 418-420), kommt es häufig zu Situationen, in denen sie sich ungerecht behandelt fühlen. Umgekehrt ist es jedoch so, dass die Cloudworker*innen versuchen sich von ihrer besten Seite zu zeigen und den Auftraggeber*innen respektvoll zu begegnen, da z.B. die Person, die auf Fiverr arbeitet auf eine gute Bewertung der Auftraggeber*innen angewiesen ist (vgl. I1/Z 588-591). Die befragte Person, die auf der Plattform Fiverr arbeitet, kann mittlerweile auch Aufträge absagen, wenn er sich schlecht behandelt, fühlt:

„(...) weil ich einfach die Kunden, die waren sehr respektlos teilweise und ich bin derzeitig auf dem Stand angekommen, wo ich sagen kann: Ich brauch dich nicht, behandle mich nicht so, ciao“ (I1/Z 197-199).

Dies lässt vermuten, dass die Person früher auch Aufträge annehmen musste, bei denen die Auftraggeber*innen ihn wenig respektiert haben, aber die Auftragslage ihn dazu gezwungen hat auch solche Projekte anzunehmen.

Für die Person aus Interview 2, ist es vor allem belastend, wenn ihre eingereichten Projekte von den Auftraggeber*innen gar nicht bewertet oder kommentiert werden (vgl. I2/Z 211-214). Dieses fehlende Feedback, ist nicht wirklich wertschätzend für die Auftragnehmerin, da sie Arbeit und auch Zeit in die Projekte investiert und dies nicht wertgeschätzt wird. Ihr wird dadurch ebenfalls die Möglichkeit genommen sich zu verbessern.

Im Gesamtbild haben die Interviewten jedoch von vorwiegend positiven Erfahrungen mit den Auftragnehmer*innen berichtet (vgl. I2/Z 418-419 oder I3/Z 238-239).

Unsicherheit

Unsicherheitszonen

Das Cloudworking wird allen Befragten als eine riskante Tätigkeit wahrgenommen (vgl. I1/Z 300 oder I2/Z 520-521 oder I3/Z 130-131). Einer der Risikofaktoren ist dabei die unsichere Auftragslage, da die Cloudworker*innen nie wissen können, wie viele Aufträge sie bekommen oder wie viel sie in einem Monat damit verdienen können (vgl. I3/Z 129-131). Die Befragte aus Interview 3 sagt, dass man sich manchmal auf 30 Aufträge bewirbt und nur 1 oder 2 Antworten von den Auftraggeber*innen erhält (vgl. I3/Z 60-61). Gleichzeitig gibt die Cloudworkerin aus dem zweiten Interview zu bedenken, dass es schwierig sein kann mit einem volatilen Einkommen eine monatliche finanzielle Verpflichtung, wie etwa die Finanzierung einer Wohnung zu bewältigen (vgl. I2/Z 519-521). Auf der Plattform 99designs ist es etwa so, dass man monatlich nur 15 oder 16 Wettbewerben beitreten kann, falls man keinen davon gewinnt, bleibt das Einkommen ganz aus (vgl. I2/Z 509-512). Aufgrund dieser Unsicherheiten sind die Befragten entweder zusätzlich in einem festen Arbeitsverhältnis (vgl. I3/Z 128-129) oder sie sind derzeit auf der Suche nach einer festen Anstellung (vgl. I1/Z 690-694 oder I2/Z 501-502).

Eine weitere Unsicherheitszone bildet die Plattform und ihre Funktionalität selbst, denn die Auftragnehmer*innen sind sich nicht wirklich im Klaren darüber, wie die Plattform arbeitet. Es ist etwa nicht klar, wie das Rankingsystem auf der Plattform funktioniert und inwiefern Bewertungen einen Einfluss darauf haben:

„Zu einem gewissen Teil, also es ist noch immer ein Mysterium, ich glaube sehr wenig Leute wissen, wie das funktioniert. Es ist halt ich würde Hand aufs Herz sagen, es ist Glück. Es hat viel mit Glück zu tun, man kann so gut sein, wie jemand will, aber ab einem gewissen Grad ist es Glück (...)“ (I1/Z 549-552).

Aber nicht nur was die Plattform betrifft, herrscht Unsicherheit, sondern auch was die Auftraggeber*innen anbelangt, denn diese können wie bereits weiter oben erwähnt durch opportunistisches Verhalten Aufträge zurückziehen oder nicht bezahlen (vgl. I1/Z 682). Aus diesem Grund ist es auf der Plattform Upwork sehr wertvoll, dass die beiden Parteien sich gegenseitig bewerten können, was den Auftragnehmer*innen zusätzlich Sicherheit gibt (vgl. I3/Z 280-284).

Bezahlung und Preise

Die Befragten aus Interview 1 (Fiverr) und Interview 3 (Upwork) haben angegeben, dass sie ihre Preise zunächst sehr niedrig angesetzt haben, als sie auf der jeweiligen Plattform angefangen haben (vgl. I1/Z 275-276 oder I3/Z 330-331). Die befragte Person aus Interview 1 hat im März 2018 12\$ verdient und im März 2022 bereits 4.200€ (vgl. I1/Z 277, 306). Die Möglichkeit seine Preise ständig erhöhen zu können, weiß dieser besonders zu schätzen an der Plattformarbeit (vgl. I1/Z 660-661). Auf der Website Upwork, können die Cloudworker*innen selbst einen Stundenlohn festlegen und den Auftraggeber*innen sozusagen ein Angebot schicken, welches diese annehmen oder ablehnen können, dabei müssen sie bedenken, dass sie noch 20 % ihrer Einkünfte an die Plattform abgeben müssen, weswegen die Preise etwas höhergeschraubt werden müssen (vgl. I3/Z 317-318). Daneben gibt es auch Aufträge, die ein vorherbestimmtes Entgelt haben, wobei sich die Auftragnehmer*innen selbst ausrechnen müssen, ob dadurch ihre Kosten gedeckt werden:

„Nein, nein, da sind ja die Preise wie gesagt schon festgelegt, aber je nach dem. Also ich rechne mir immer so im Vorhinein aus, wie viel Zeit mich das kosten könnte, wenn ich schon Ideen hab, natürlich weniger und dann schau ich, ob das Preisgeld da genau reinfällt, in diese Ordnung. Und ich hab auch schon Wettbewerbe gesehen, wo halt wirklich sehr sehr wenig gegeben wird, wo ich mir denk: Das zahlt sich nicht aus, da würde ich länger dran sitzen“ (I2/Z 405-409).

In Interview Nummer 3 ist dies als Problem identifiziert worden, weil andere Cloudworker*innen aus Ländern mit einem niedrigeren durchschnittlichen Monatseinkommen, auch Projekte annehmen die weit unter dem Preisniveau liegen, welches sie anbieten kann (vgl. I3/Z 545-547). Durch vorgegeben Preise wird nicht nur der Handlungsspielraum der Auftragnehmer*innen eingeschränkt, es kommt auch zu einem Machtungleichgewicht, das vor allem neue Auftragnehmer*innen auf den Plattformen dazu zwingt sich unter ihrem Wert zu verkaufen, um Aufträge an Land ziehen zu können.

Die Unsicherheit in Bezug auf monatliches Einkommen durch Cloudworking resultiert aber nicht nur aus der unsicheren Auftragslage, sondern auch aus der Angst, dass Aufträge nicht bezahlt werden (vgl. I1/Z 682). Bei Upwork wird dem entgegengewirkt, sodass Auftragnehmer*innen zunächst ihren geplanten Stundenlohn inklusive Aufpreis für die Provision der Plattform als Gesamtbetrag an die Auftraggeber*innen melden, diese müssen dann den gesamten Betrag an Upwork überweisen und nach der Abgabe des Projekts, wird den Auftragnehmer*innen das Geld von Upwork überwiesen (vgl. I3/Z 86-91).

So werden die Auftragnehmer*innen zusätzlich abgesichert, damit sie auch wirklich für ihre Arbeit bezahlt werden. Insgesamt wird die Tätigkeit als Cloudworker*innen jedoch als volatil und unsicher wahrgenommen, sodass niemand der Befragten finanziell abhängig von den Arbeitsplattformen sein möchte (vgl. I1/Z 687-694 oder I2/Z 509-513 oder I3/Z 127-131).

Autonomie in der Cloud

Arbeitszeit und Organisation

Grundsätzlich steht den Auftragnehmer*innen offen, wann diese Arbeiten möchten, dabei müssen sie sich nicht an vorgeschriebene Arbeitszeiten halten. Im Beispiel der festangestellten Befragten, die ungefähr 10 Stunden in der Woche mit Plattformarbeit zubringt, kann die zeitliche Organisation herausfordernd sein, sie gibt an vor allem nachts an den Projekten zu arbeiten und gibt sich große Mühe ihre Aufträge innerhalb von 2 Tagen abzuarbeiten (vgl. I3/Z 206, 211-213). Die Person aus Interview 2, welche über 99designs tätig ist, gibt an vor allem während dem Studium weniger Aufträge anzunehmen als in den Ferien, um sich mehr auf dieses konzentrieren zu können (vgl. I2/Z 186-187). Die Person aus dem ersten Interview hingegen, ist neben der Schule noch durchschnittlich circa 30 Stunden in der Woche als Cloudworker tätig gewesen und hat regelmäßig die Schule geschwänzt, um seine Aufträge fristgerecht abgeben zu können:

„Mai, März, April habe ich doch sehr viel reingesteckt, vielleicht so 30, 35 Stunden die Woche. Ja, neben der Schule, also ich komm aus der Schule, hab mich direkt drangesetzt und gearbeitet, oder ich hab auch oft die Schule geschwänzt, weil ich halt einfach mehr Priorität hatte bei den Logos“ (I1/Z 370-373).

Dieses Beispiel zeigt klar auf, dass der Zugang und die Nutzung der Plattformen durch Minderjährige stärker reguliert werden sollte, um jene zu schützen. Die Person aus dem Zitat ist auf der Plattform Fiverr tätig, diese erlaubt es Auftraggeber*innen auf den Profilen der Auftragnehmer*innen rund um die Uhr Bestellungen einzureichen. Das bedeutet für die Auftragnehmer*innen, dass sie nicht wissen, wann Aufträge kommen und wie viele (vgl. I1/Z 173-186). Auf 99designs und Upwork bewerben sich die Auftragnehmer*innen meistens auf die Aufträge, das heißt, sie können sich besser darauf einstellen und ihre Zeit danach einteilen.

Es gibt für alle Mitglieder auch die Möglichkeit keine Aufträge anzunehmen, bei Fiverr wird dazu das Profil „trocken gestellt“ (vgl. I1/Z 411-412), das heißt es können keine Bestellungen auf den jeweiligen Profilen abgesetzt werden; bei 99designs und Upwork ist dies etwas einfacher, da die Auftragnehmer*innen einfach aufhören sich auf Aufträge zu bewerben (vgl. I2/Z 221-223 oder I3/Z 236-239).

Erreichbarkeit

Der Grad an Erreichbarkeit variiert von Plattform zu Plattform stark, was auch mit den von den Arbeitsplattformen zur Verfügung gestellten Kommunikationsmitteln zusammenhängt. Bei 99design, wo die Kommunikation nur möglich ist, wenn Auftraggeber*innen einen eingereichten Beitrag kommentieren, kann über die Kommentarfunktion kommuniziert werden, dabei müssen die Auftragnehmer*innen nur erreichbar sein, wenn ihre Projekte vorher kommentiert wurden (vgl. I2/Z 211-216). Dies ist vor allem problematisch, wenn den Auftragnehmer*innen zum Beispiel etwas unklar ist, weil sie wenig Spielraum haben, bei den Auftraggeber*innen Hilfeleistung zu erhalten, falls diese ihre Projekte nicht zuerst kommentiert haben. Die Personen aus den Interview 1 und 3 haben angegeben, dass sie sich Mühe geben ständig erreichbar zu sein, um eine gute Bewertung zu erhalten (vgl. I3/Z 230-231). Vor allem die Antwortgeschwindigkeit ist dabei wichtig:

„Desto schneller ich antworte, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ich besser auftrete auf der Website, für den Algorithmus und das ich weiter nach oben komme. Desto besser ich auftrete auf der Website, desto besser ist es für meine finanzielle Lage“ (I1/Z 540-542).

Diese befragte Person hat ebenfalls angegeben morgens sofort das Smartphone zu überprüfen, ob sich Auftraggeber*innen gemeldet haben (vgl. I1/Z 145-147). Falls die Auftragnehmer*innen bei Fiverr den Auftraggeber*innen für 3 Tage nicht antworten, haben diese die Möglichkeit die Bestellung abubrechen und müssen nichts bezahlen (vgl. I1/Z 429-431). Diese Erreichbarkeit scheint, aber nur einseitig zu sein, denn in seinem Postfach sind unbeantwortete Nachrichten von Auftraggeber*innen (vgl. I1/Z 459-460). Die eben genannte Vorgabe von 3 Tagen, kann Zeitdruck bei den Auftragnehmer*innen auslösen, was im folgenden Abschnitt genauer besprochen wird.

Zeitdruck

Auf der Plattform 99designs können bis zu einer Deadline Projekte eingereicht werden, dabei läuft ein Timer ab, wenn dieser bei 0 angelangt ist, müssen die Auftraggeber*innen 6 Finalist*innen auswählen (vgl. I2/Z 147-151). Diese Finalist*innen haben dann die Möglichkeit ihre Designs zu verbessern und eine finale Abgabe einzureichen, dabei gibt es keinen zeitlichen Rahmen, der vorgegeben ist (vgl. I2/Z 237-241).

Auf der Arbeitsplattform Upwork gibt es gar keinen zeitlichen Rahmen, der vorgegeben ist, die Befragte versucht ihre Aufträge jedoch sehr zeitnahe einzureichen und erwähnt auch, dass in ihren Bewertungen angemerkt wird, dass sie ihre Aufträge immer sehr schnell einreicht (vgl. I3/Z 300-304).

Die befragte Person, die auf der Cloudworking- Plattform Fiverr tätig ist, hat jedoch stark mit Zeitdruck zu kämpfen (vgl. I1/Z 219). Dabei sind es aber nicht nur die zeitlichen Vorgaben der Plattform, wie etwa die Antwortfrist von 3 Tagen, sondern auch selbst gestellte Fristen, die von den Auftragnehmer*innen in den Profilen angeboten werden:

„Basic, Standard und Premium. Je nach Paket bekommst du halt mehr Logos, für weniger Zeit. Im Durchschnitt habe ich 3, 4 Tage Zeit für das Paket. Also für 3 Logos habe ich 4 Tage Zeit. Für 5 Logos habe ich 3 Tage Zeit“ (I1/Z 386-388).

Da die Menge an Aufträgen nicht von den Auftragnehmer*innen beeinflusst werden können, ist es auch möglich, dass sehr viele Aufträge gleichzeitig gestellt werden, die es dann zu bearbeiten gilt (vgl. I1/Z 177-178). Im Hintergrund läuft dann ein Timer ab, welcher den Befragten Unbehagen bereitet und sobald dieser abgelaufen ist, können die Auftraggeber*innen den Auftrag kostenfrei abbrechen (vgl. I1/Z 424-427).

Der empfundene Zeitdruck, ist für die befragte Person trotzdem sinnvoll und wird von diesem geschätzt, weil er der Meinung ist, dass er selbstständig nicht in der Lage wäre die Aufträge einzureichen (vgl. I1/Z 601-605). Im folgenden Abschnitt, soll jedoch aufgezeigt werden, dass die Auftragnehmer*innen sehr wohl in der Lage sind, sich selbst zu führen.

Selbstführung

Die Cloudworker*innen sind selbst dafür verantwortlich ihre Aufträge zu selektieren, je nachdem ob sie diese erfüllen möchten oder eben nicht (vgl. I1/Z 196-199). Außerdem müssen sich jene zwei befragten von 99designs und Upwork teilweise selbst auf Aufträge bewerben, was sehr zeitintensiv ist und Recherche bedarf (vgl. I3/Z 511-514). Sie sind ebenfalls selbst für ihr Zeitmanagement zuständig und müssen sich für die Aufträge Zeiträume frei machen (I1/Z 372-373) oder nachts arbeiten (vgl. I3/Z 211-213). Ein weiterer entscheidender Punkt ist die Preisgestaltung, sie müssen ihre Preise selbstständig setzen (vgl. I1/Z 291-293) oder ihre Stundenlöhne mit den Preisgeldern abgleichen (vgl. I2/Z 405-407) und entscheiden, ob sich die Aufträge nach Abzug der Provision noch rechnen (vgl. I3/Z 316-318). Sehr viele Entscheidungen, die im Verkaufsprozess zu führen sind, liegen bei den Auftragnehmer*innen selbst, was vor allem durch Handlungsspielräume ermöglicht wird.

Selbstbestimmung/ Handlungsspielraum

Ein Punkt der von den Interviewten als sehr positiv empfunden wird, ist der Handlungsspielraum, der durch das Cloudworking gewährt wird. Die Auftragnehmer*innen können jederzeit frei an ihren Projekten arbeiten, ohne sich dabei an feste Arbeitszeiten halten zu müssen:

„Die Freiheit, die Freiheit. Ich kann machen, was ich will eigentlich, wann, wo, wie ist da egal, Hauptsache ich habs gemacht. (...) Egal wo ich bin, Hauptsache ich hab irgendwie einen Zugriff auf meinen Laptop, ich kann arbeiten und es fertig stellen. Ich bin sehr frei, das ist etwas mir gefällt an Fiverr. Und ich bin in der Lage meine Preise sehr hochzuschrauben“ (I1/Z 657-661).

Die Projekte können dabei frei gewählt werden, was vor allem die Befragte aus Interview 3 zu schätzen weiß, da sie bei ihrer Anstellung in einer Agentur, jene Projekte bearbeiten muss, die die Firma ihr zuteilt und bei Upwork frei wählen kann, welche Aufträge und Kund*innen sie ansprechen (vgl. I3/Z 462-465). Die fertigen Aufträge werden dann direkt an die Auftraggeber*innen weitergeleitet, ohne dass diese noch von einer dritten Partei kontrolliert werden (vgl. I1/Z 510).

Außerdem müssen die Auftragnehmer*innen ihre Identität nicht offenlegen, persönliche Treffen mit den Auftraggeber*innen sind sehr selten (vgl. I1/Z 204-205). Und so kann etwa ein Profil auch von mehreren Personen betrieben werden, aber nur eine Person wird dabei öffentlich gemacht (vgl. I2/Z 562).

Zudem müssen personenbezogene Daten nicht veröffentlicht werden und so haben Auftraggeber*innen keine Ahnung wie alt die Auftragnehmer*innen sind oder wo diese leben und über welche Ausbildung sie verfügen:

„Keiner weiß, wie alt ich bin, woher ich komme, also die wissen, dass ich aus Österreich (genaue Stadt) komme, obwohl ich nicht in (genaue Stadt) lebe. Und die wissen eigentlich auch nicht welche Schule ich gemacht hab, ich habe nie eine grafische Schule fertig gemacht, ich hab Grafikdesign nie gelernt. Mein Abschluss ist bautechnisch, ich bin Bautechniker“ (I1/Z 209-213).

Die Anonymität und die physische Entfernung durch die Onlinetätigkeit schafft einen großen Handlungsspielraum und Freiheit für die Cloudworker*innen. In den folgenden Abschnitten soll aufgezeigt werden, dass es auch Mechanismen gibt, durch welche dieser Handlungsspielraum eingeschränkt werden kann, auch wenn dies in einer latenten Form geschieht.

Kontrolle in der Cloud

Automatisierte Kontrollmechanismen

Wie bereits im Abschnitt „Algorithmisches Management“ angemerkt haben Arbeitsplattformen eine gewisse Infrastruktur, welche die User*innen in ihren Handlungsmöglichkeiten einschränken. So gibt es etwa auf der Plattform Fiverr die Möglichkeit, falls eine Bestellung nicht fristgerecht eingereicht werden kann, diese Frist nach Einverständnis der Auftraggeber*innen, um 28 Tage zu verlängern (vgl. I1/Z 460-467). Aufträge können aber nicht länger als 28 Tage nach dem vereinbarten Abgabetermin eingereicht werden, auch wenn beide beteiligten Parteien damit einverstanden wären, hier greift die Plattform also massiv in die Arbeitsorganisation ein.

Ein weiteres Beispiel ist die bereits erwähnte Antwortfrist von 3 Tagen, die ebenfalls von Fiverr vorgegeben wird und welche nicht verlängert werden kann (vgl. I1/Z 430-431). Der vielfach erwähnte Timer, der dabei abläuft ist ein Tool, welches anzeigt wie viel Zeit den Auftragnehmer*innen verbleibt ihre Projekte einzureichen, was zu einer Stresssituation führen kann (vgl. I1/Z 425). Dabei gilt zu bedenken, dass dieses Timer weder von der Plattform automatisch initiiert wird und nicht in vorheriger Absprache mit den Beteiligten vereinbart wird.

Die Verhaltensdaten der Auftragnehmer*innen werden von der Plattform gespeichert und können dann für die Cloudworker*innen übersichtlich dargestellt eingesehen werden. Verhaltensdaten beziehen sich dabei etwa auf folgende Parameter:

- Delivered on time: Wie viele Bestellungen wurden fristgerecht abgegeben
- Response rate: Auf wie viele Anfragen wurde geantwortet und agiert
- Response time: Wie lange dauert es durchschnittlich bis Auftraggeber*innen eine Antwort erhalten
- Order completion: Wie viele Bestellungen wurden insgesamt fertig gestellt
(vgl. II/Z 453-548)

Diese Daten sind nicht für alle Benutzer*innen der Website auf dem Profil ersichtlich, sondern nur für die Auftragnehmer*innen selbst. In ihrem Profil können sie außerdem vergangene Einkünfte und vieles mehr, dargestellt in Grafiken und Analysen, einsehen. Die Daten werden von der Plattform automatisch erfasst und geben den Auftragnehmer*innen nicht nur einen Überblick über ihre Performance, sondern bewerten diese auch durch Vorgaben, welche von den Plattformen vorgegeben werden, wie in Abbildung 7 dargestellt.

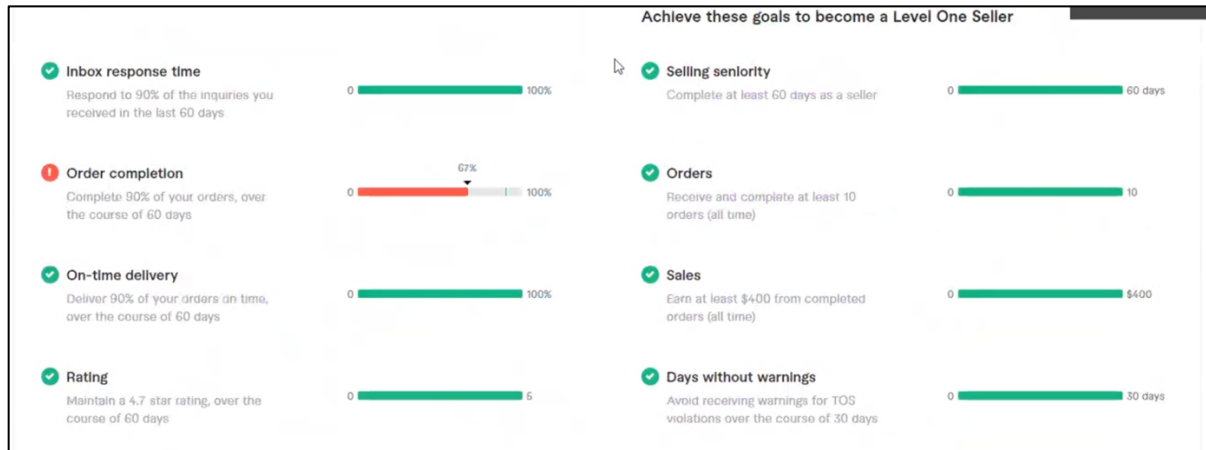


Abbildung 7: Screenshot aus dem persönlichen Fiverr Profil von Interview 1

Wie in Abbildung 7 dargestellt, werden Gamification Tools bei Fiverr genutzt, um den Auftraggeber*innen aufzuzeigen, welche Vorgaben sie erfüllen müssen, um ein höheres Level zu erreichen und wie sie dabei abschneiden. Auf der Plattform Fiverr können die Auftragnehmer*innen verschiedene Levels erreichen (Level 0, Level 1, Level 2 und Level Pro). Um diese Levels zu erreichen, müssen sie verschiedenste Vorgaben erfüllt haben:

„(...) Level 0 ist halt, bei Level 0 startet jeder und damit man auf das nächste Level kommt, Level 1, muss man halt gewisse Kriterien erfüllt haben. Unter anderem eben, dass man glaube ich 200 Dollar auf der Seite, oder 400, 200 oder 400 Dollar, auf der Seite insgesamt verdient hat. Das ist das Hauptkriterium, unter anderem geht es halt einfach darum, dass man mindestens 30 Tage auf der Plattform ist und insgesamt 10 Bestellungen durchgeführt hat. (...) Von Level 1 kommt man auf Level 2, indem man halt wieder halt keine Probleme macht, 100 Bestellungen durchmacht und 2.000 Dollar verdient. Und dann kommt man auf das letzte Level, das relativ wenig Leute haben, das Level Pros, damit halt Pro wird, muss man auf der Seite insgesamt 20.000 Dollar verdient haben, man muss eben auch wieder bestimmte Kriterien erfüllen, man muss halt auch wieder 120 Tage auf Fiverr sein“ (II/Z 30-41).

Die befragte Person ist gerade auf Level 0 herabgestuft worden, da er durch schulische Verpflichtungen einige der Bestellungen nicht fristgerecht einreichen konnte (vgl. II/Z 45-47). Das heißt, man kann seine Position auf der Plattform auch verlieren, was natürlich eine Motivation für die Auftragnehmer*innen darstellt die Vorgaben der Plattform zu erfüllen. Im Falle von Fiverr wird dabei nicht nur wie in Abbildung 7 dargestellt, mit visuellen Mitteln gearbeitet, sondern auch mit Abzeichen, die sich die Auftragnehmer*innen verdienen können. Mit den Levels sind neben Vorteilen für die Auftragnehmer*innen auch bessere Auftragschancen verbunden, da Auftraggeber*innen auf der Plattform gezielt nach erfahrenen Cloudworker*innen filtern können und vor allem Level 2 Auftragnehmer*innen beliebt sind (vgl. II/Z 552-556). Es ist besonders wichtig für Auftragnehmer*innen, dass sie für potenzielle Auftraggeber*innen schnell und unkompliziert auf der Plattform zu finden sind:

„Ich muss das Beste von mir zeigen, damit ich in der Lage bin so viele Kunden wie möglich vom Algorithmus aus, zu erhalten. Es hängt alles davon ab, wie schnell man auf der Website zu finden ist“ (II/Z 542-545).

Insgesamt bedeutet dies, wenn die Auftragnehmer*innen Aufträge verspätet einreichen oder absagen, sinkt ihre Statistik und damit auch die Position auf der Plattform und ihre Auftragslage (vgl. II/Z 183-186).

Aber auch andere Plattformen arbeiten mit Gamification Tools, wie etwa 99designs, wobei das ganze Konzept ähnlich wie ein Spiel aufgebaut ist, bei dem es am Ende ein*e Gewinner*in gibt. Nach der Anmeldung auf der Plattform muss ein Portfolio hochgeladen werden und die bisherige Ausbildung angegeben werden, auf Grundlage dessen wird man in eine Kategorie eingeteilt, entweder als Einsteiger*in oder Profi (vgl. I2/Z 541-543).

Auf dem Profil wird die Möglichkeit geboten, durch die Angabe von Berufserfahrung den Account aufzuwerten (vgl. I2/Z 545). Als Einsteiger*in ist es nicht einfach an Aufträge zu kommen und je mehr Projekte bearbeitet werden, desto beliebter wird man bei den Auftraggeber*innen, weil man im internen Ranking der Plattform aufsteigt (vgl. I2/Z 80, 267-269).

Die Befragte aus Interview 2 sieht den Erfolg auf der Plattform 99designs aber vorrangig darin, gute Projekte abzuliefern und weniger darin viele Aufträge zu bearbeiten (vgl. I2/Z 269-272). In dem Interview wurden weder die Levels, noch die Analytics angesprochen, die aber wie im Abschnitt „Herrschaftsmodus: Algorithmus“ bereits erwähnt, auf den Profilen der Auftragnehmer*innen offen zugänglich und sichtbar für potenzielle Auftraggeber*innen sind.

Wie bereits im Abschnitt „Herrschaftsmodus: Algorithmus“ angesprochen wurde, gibt es auch bei Upwork ein internes Ranking der Plattformen, wobei sich die Auftragnehmer*innen durch gewisse Verhaltensweisen sogenannte Batches verdienen können, wodurch sie aufsteigen und Vorteile gewinnen können. Die Befragte aus Interview 3, ist sich dessen aber nicht wirklich bewusst, denn sie ist nicht der Meinung, dass spezielle Verhaltensweisen ihre Auftragslage und Erscheinung auf der Plattform beeinflussen können (vgl. I3/Z 271).

Die Befragten aus Interview 2 und 3 legen mehr Wert auf die Bewertungen, die sie von den Auftraggeber*innen erhalten, diese werden unter anderem im folgenden Abschnitt besprochen.

Nicht automatisierte Kontrollmechanismen

Wie bereits im Abschnitt über die Unsicherheitszonen angesprochen, gilt es diese zu minimieren, um mögliches opportunistische Verhalten unterbinden zu können. Eine Möglichkeit bilden dabei die Bewertungen, diese können auf den Profilen der Auftragnehmer*innen nach Beendigung eines Projektes hinterlassen werden, oder wie im Fall von Upwork auch bei den Auftraggeber*innen (vgl. I3/Z 280-281).

Auf der Plattform Fiverr ist es so, dass nach der Abgabe eines Auftrags die Auftraggeber*innen die Möglichkeit haben 3 Attribute (communication with the designer, service as described, buy again or recommend) mit einer Sterne-Bewertung von 1 bis 5 zu bewerten und gegebenenfalls durch einen schriftlichen Kurzttext zu ergänzen (vgl. I1/Z 565-566). Diese Bewertung ist dann für alle offen auf dem Profil der Auftragnehmer*innen zugänglich.

Neben dieser öffentlichen Bewertung gibt es noch eine weitere, die nur zwischen den Auftraggeber*innen und der Plattform Fiverr stattfindet, wobei erstere erneut gebeten werden ihre Erfahrungen mit den jeweiligen Designer*innen zu teilen, darauf haben die Auftragnehmer*innen jedoch keinen Zugriff und sie werden auch nicht von dieser Funktionalität in Kenntnis gesetzt (vgl. I1/Z 570-574).

Diese zweite Kontrollinstanz funktioniert verdeckt und ist vielen Cloudworker*innen gar nicht bewusst, auch nicht welche Folgen für sie mit dieser zweiten Bewertung verbunden sind (vgl. I1/Z 574-576). Die befragte Person hat angegeben seine Persönlichkeit zu verändern und sich komplett auf die Auftraggeber*innen einzustellen, um bessere Bewertungen zu erhalten (vgl. I1/Z 590-592).

Auf der Arbeitsplattform 99designs können die Auftraggeber*innen die hochgeladenen Designs ebenfalls mit einer Sternebewertung von 1 bis 5 bewerten und zusätzlich Feedback zu den Projekten in der Kommentarspalte hinterlassen, dieses Feedback können aber nur die Auftragnehmer*innen selbst sehen (vgl. I2/Z 282-284). Da aber die Sternebewertung öffentlich ist, können die anderen Cloudworker*innen durch eine Filterfunktion jene eingereichten Designs ansehen, welche eine gute Bewertung haben und dementsprechend den Contest gewinnen könnten (vgl. I2/Z 292-294). Als besonders demoralisierend wird es empfunden, wenn die Auftraggeber*innen die eingereichten Designs gar nicht bewerten, also 0 Sterne vergeben werden (vgl. I2/Z 525).

Nicht nur keine Bewertung zu bekommen, sondern auch kein Feedback zu den eingereichten Projekten zu erhalten, wird negativ von den Auftragnehmer*innen aufgefasst, da ihnen dadurch die Chance genommen wird sich zu verbessern (vgl. I2/Z 212-214). Besonders gut ist es dann, wenn dezidierte Verbesserungsvorschläge von den Auftraggeber*innen kommen und die eingereichten Projekte nach den Verbesserungen trotzdem noch eine Chance auf den Sieg haben (vgl. I2/Z 214-216). Die abschließende Bewertung der Zusammenarbeit durch die Auftraggeber*innen, welche bei 99designs möglich ist, wurde von der Befragten im Interview nicht angesprochen.

Eine Ausnahme bildet die Arbeitsplattform Upwork, hierbei ist eine gegenseitige Bewertung von Auftragnehmer*innen und Auftraggeber*innen möglich (vgl. I3/Z 280-281). Dies hat vor allem auch Vorteile für die Auftragnehmer*innen, da sie zum Beispiel zusätzliche Informationen über die Auftraggeber*innen einholen können:

„Ja, es ist meistens so, nachdem du einen Auftrag bekommen hast, dann am Ende kannst du halt auch den Kunden sozusagen, also den Auftraggeber bewerten und er kann dich bewerten. Das man halt auch als Freelancer oder so sehen kann, okay das ist jetzt ein Auftraggeber, der seriös ist, oder der ist ein bisschen anstrengend oder sowas und das ist halt schon gut, weil du kannst so auch schauen, auf was du dich einlässt. Und dann kannst du halt 1 bis 5 Sterne vergeben und dann vielleicht auch noch was Nettes dazuschreiben, was dir gefallen hat, weil die Auftraggeber halt auch wissen, dass das wichtig ist für die Freelancer“ (I3/Z 280-286).

So gewinnen die Auftragnehmer*innen an Handlungsspielraum, da sie nicht nur der Willkür der Auftraggeber*innen ausgesetzt sind, da jene ebenfalls eine gute Bewertung erhalten möchten, um ihr Profil für zukünftige Zusammenarbeiten attraktiv zu halten. Und die Auftragnehmer*innen achten auch darauf, wenn sie sich Projekte suchen, auf die sie sich bewerben möchten (vgl. I3/Z 290-295). Die Auftragnehmer*innen gewinnen Informationen und damit auch an Handlungsmacht.

Die befragte Cloudworkerin welche über Upwork tätig ist gab an, dass sie vor allem darauf achtet Anfragen und Nachrichten von Auftraggeber*innen sehr rasch zu beantworten, damit sie eine gute Bewertung erhält und dies möglicherweise von den Auftraggeber*innen dort vermerkt wird (vgl. I3/Z 230-231, 300-304).

Die Cloudworker*innen haben sich diverse Lösungsstrategien angeeignet, auf welche im folgenden Abschnitt genauer Bezug genommen wird.

Problemlösungsstrategien

Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt, sind die Bewertungen wichtig, um potenzielle Kund*innen anzulocken. Dazu müssen aber zunächst Aufträge an Land gezogen werden, damit jene bewertet werden können. Die Lösungsstrategie der befragten Cloudworker*innen war dabei die Preisreduktion, da sie durch niedrige Preise Auftraggeber*innen gewinnen konnten (vgl. I1/Z 294-295 oder I3/Z 324-331). Außerdem haben sie auch Aufträge angenommen, die sie jetzt möglicherweise absagen würden, einfach um das Profil attraktiver zu gestalten:

„(...) und wenn du halt keine Bewertungen hast, ist es immer schwer für die Kunden zu sagen: Hey ist das jetzt seriös, macht sie das gut, oder nicht gut. Und du musst halt wirklich so die Anfangszeit dein Profil aufbauen. Das du halt verschiedene Aufträge annimmst, auch welche so du denkst: Okay, das möchte ich jetzt nicht unbedingt machen, aber es bringt mir halt was, das mein Profil besser aussieht“ (I3/Z 69-73).

Das Ziel der Cloudworker*innen ist es mit den Auftraggeber*innen weiterhin in Kontakt zu bleiben und möglicherweise auch Aufträge außerhalb der Arbeitsplattform für diese zu übernehmen (vgl. I2/Z 424-428).

Auf diese Weise können sie zwar nicht mehr von den Bewertungen profitieren, aber sie sind in der Lage die Provisionsgebühren der Arbeitsplattformen zu umgehen (vgl. I3/Z 404-407). Ohne die Bewertungen können die Auftragnehmer*innen aus diesen privaten Aufträgen dann nicht innerhalb der Arbeitsplattform profitieren, etwa durch einen Aufstieg im Ranking oder ähnlichem. Sie sind jedoch in der Lage mehr Geld zu verdienen und ohne jegliche Vorgaben der Arbeitsplattformen zu agieren. Vor nicht Bezahlung oder ähnlichem müssen sie sich dann jedoch selbst schützen.

Aber auch die Plattformen arbeiten an Problemlösungen, wie etwa Upwork, die es den Auftragnehmer*innen ermöglichen auch für Skizzen und Entwürfe eine Rechnung an die Auftraggeber*innen zu stellen, damit ihre Arbeit sicher entlohnt wird (vgl. I3/Z 425-428).

Die Plattformarbeit wird von den befragten als Nebentätigkeit aufgefasst, da sie nicht der Meinung sind, dass sich Cloudworking in der ihnen bekannten Form als Haupteinkommensquelle eignet (vgl. I2/Z 519-521 oder I3/Z 128-131). Und so sind alle Befragten entweder finanziell nicht auf die Plattformen angewiesen oder betreiben das Cloudworking als Nebenerwerb. Gleichzeitig sind sie auf mehreren Kanälen aktiv wie etwa Soziale Medien (I1/Z 10) oder Verkaufsplattformen wie Willhaben (I3/Z 491-492). Vor allem die Befragte aus Interview 3 ist sehr aktiv und erfolgreich über Willhaben da sie dafür auch keinen Kundenstamm benötigt (vgl. I3/Z 499-500).

Eine Problemlösungsstrategie, welche in Bezug auf das Zeitmanagement identifiziert werden konnten, ist etwa das Anlügen von Auftraggeber*innen, um längere Bearbeitungszeiten für Projekte aushandeln zu können (vgl. I1/Z 432-435). Es werden aber auch gezielt Auftraggeber*innen, welche Projekte schneller benötigen bevorzugt und vorgeschoben (vgl. I1/Z 482-484).

Interpretation der Ergebnisse

Wie bereits festgestellt werden konnte sind die Eintrittsbarrieren für die Anmeldung zu Cloudworking- Plattformen nicht beziehungsweise nur teilweise vorhanden. Ein extremes Beispiel bildet die Zugangsmöglichkeit für Minderjährige zur Plattform Fiverr ab (vgl. I1/Z 747). Zwar gibt Fiverr in den Nutzerrichtlinien an, dass nur Personen ab 18 Jahren einen Account erstellen dürfen (vgl. Fiverr c). Jedoch zeigt die Praxis, dass die dafür notwendigen Überprüfungen nicht stattfinden (vgl. I1/Z 98). Minderjährige von 14 Jahren bis zur Volljährigkeit gelten in Österreich nur als beschränkt geschäftsfähig und laut dem Kinder- und Jugendlichen- Beschäftigungsgesetz 1987 §17 Absatz 1, dürfen sie etwa nicht zwischen 20:00 Uhr und 06:00 Uhr arbeiten. Es sind aber keinerlei Indikatoren dafür zu finden, dass die Plattformen diesen Bestimmungen nachkommen und dafür sorgen die Jugendlichen zu schützen. Und so war der Befragte aus Interview 1 bereits mit 15 Jahren als Selbstständiger auf der Plattform gelistet und arbeitete neben der Schule 30 Stunden auf der Plattform (vgl. I1/Z 375, 747). Die Plattformen sollten hier unbedingt Standards setzen, um solchen Entwicklungen entgegenzuwirken und die Identität der Auftragnehmer*innen überprüfen.

Da nicht genau festgestellt werden kann, wer hinter den Profilen steckt, da vor allem bei Accounts die von mehreren Auftragnehmer*innen genutzt werden nur maximal eine Person überprüft werden kann, gestaltet sich dies als Herausforderung. In der Literatur werden solche Profile auf Cloudworking- Plattformen als „Crowd Aggregators“ bezeichnet. Das sind Personen, die sich ihre eigenen „Sub- Crowds“ erstellen (vgl. Durwald/ Blohm 2017, 402f). Das bedeutet, dass eine Person das Profil leitet und weitere Personen für sich arbeiten lässt. Die Befragte in Interview 2 berichtet ebenfalls davon, dass sie zunächst über das Profil eines Bekannten gearbeitet hat und sich die Gewinne mit diesem aufgeteilt hat (vgl. I2/Z 554-558). In diesem Fall sind jedoch keine Hierarchien erkennbar, wie es sonst bei Crowd Aggregators üblich ist (vgl. Durwald/ Blohm 2017, 405).

Der Befragte aus Interview 1 hingegen wurde in der Vergangenheit von Personen angeschrieben, die gerne für ihn arbeiten möchten (vgl. I1/Z 645-646). Was dem Bild eines Crowd Aggregators sehr nahekommen würde. Diese Tätigkeit erscheint für den Befragten jedoch nicht attraktiv und er vermutet, dass er vor allem wegen seiner guten Reputation von den Personen kontaktiert wurde, die gerne davon profitieren möchten (vgl. I1/Z 652).

Im Abschnitt „Cloudworking als atypische Beschäftigung“ wurde bereits festgestellt, dass die Cloudworker*innen als Solo- Selbstständige gelten, wobei oft eine Schein- Selbstständigkeit unterstellt wird, da sie nicht die gleichen Privilegien haben, wie typische Selbstständige, die zum Beispiel über Angestellte verfügen oder Weisungsungebunden sind (vgl. Sardavar et al. 2013, 7). Die Befragten scheinen sich in ihrer Position als Solo- Selbstständige jedoch wohlfühlen und eine zusätzliche Hierarchisierung und Anonymisierung im Cloudworking wäre wohl eher negativ zu bewerten. Auch weil die Sub- Crowd sich wahrscheinlich wie im Falle von Interview 1 aus Menschen zusammensetzen würden, die vorwiegend in Ländern mit niedrigem Einkommen angesiedelt sind (vgl. I1/Z 645-646).

Durch die teilweise sehr einfachen Zugangsvoraussetzungen zu den Arbeitsplattformen wird gleichzeitig aber auch für Menschen mit keiner (passenden) Ausbildung der Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtert (vgl. Jochmaring/ York 2022, 149). Was, mit neuen Chancen und Karriereaussichten verbunden ist, wie etwa durch Interview 1 gezeigt werden kann. Dabei könnte man jedoch auch argumentieren, dass vor allem Personen in prekären Lebensumständen angelockt und daraufhin unterbezahlt werden (vgl. Strube 2019, 93). Denn bevor eine Reputation auf der Arbeitsplattform aufgebaut wurde, müssen sich die Cloudworker*innen unter ihrem Wert verkaufen (vgl. I3/Z 325-328) und so wie in Interview 1 für einen Stundenlohn von 1 € arbeiten (vgl. I1/Z 295).

Wie bereits mehrfach erwähnt gelten die Cloudworker*innen als Solo-Selbstständige, die keinen Tarifverträgen unterliegen, keinen festgesetzten Mindestlohn haben, die Sozialversicherung selbstständig bezahlen müssen und für Ausfälle ebenfalls eigenständig verantwortlich sind (vgl. Benner 2018, 144). Zwar sind sich alle Befragten einig, dass durch Cloudworking das Finanzieren eines Lebensunterhaltes problematisch und prekär ist, jedoch gibt es keinerlei Bestrebungen in diese Richtung etwas an den Herausforderungen der Plattformen zu verändern (vgl. I2/Z 456-457, 462-463). Gründe dafür sind vor allem, dass die Tätigkeit nur einen Nebenerwerb darstellt, weswegen das Engagement geringer ist und es keine Identitätsbildung als Crowdworker*innen gibt (vgl. Bormann/ Haake 2019, 139). Es konnte ebenfalls in der vorliegenden Untersuchung festgestellt werden, dass die Bezeichnungen als Cloudworker*in, Crowdworker*in oder Plattformarbeiter*in nicht, sondern die Feststellung als Selbstständige beziehungsweise Freelancer*innen gewählt wurde (vgl. I1/Z 59 oder I2/Z 488 oder I3/Z 456).

Nur weil die Cloudworker*innen selbst nicht gerne über mehr Mitspracherecht verfügen möchten, heißt das nicht, dass diese nicht arbeitsrechtlich geschützt werden sollten. Würden sie etwa den Status als arbeitnehmerähnliche Personen innehaben, müssten sie auch keine Provision an die Plattformen bezahlen (vgl. Risak 2017, 52).

Wie bereits im Abschnitt zu den „Nutzungsbedingungen“ offengelegt wurde, können die Plattformen ohne Angabe von Gründen die Konten der Cloudworker*innen löschen oder sanktionieren. Die Befragten gaben zwar an, keine Abhängigkeit den Plattformen gegenüber zu empfinden (vgl. I1/Z 165 oder I3/Z 490-491), aber für 2 der 3 Befragten würden durch eine Löschung ihres Accounts zwischen 80 und 95 Prozent ihrer Einnahmen entfallen (vgl. I1/Z 10-11 oder I2/Z 393-394). Außerdem haben sie über Jahre hinweg eine Reputation auf der Plattform aufgebaut und es wäre ihnen nicht möglich ihre Bewertungen auf andere Plattformen zu transferieren (vgl. Prassl 2018, 105f). Dies könnte ein möglicher Erklärungsansatz sein, dass die Befragten nur auf jeweils einer Arbeitsplattform tätig sind, denn der Aufbau der Reputation nimmt viel Zeit in Anspruch und ist mit zunächst sehr niedrigen Einnahmen und weniger Wahlfreiheit bei den Aufträgen verbunden (vgl. I3/Z 72-72, 577). Gerber 2019 identifiziert eine erhöhte Verhandlungsmacht für Auftragnehmer*innen die auf mehreren Plattformen gleichzeitig registriert sind (vgl. Gerber 2019, 262). Es wäre also für die Auftragnehmer*innen von Vorteil auf mehreren Arbeitsplattformen parallel angemeldet zu sein, um ihren Verhandlungsspielraum in Bezug auf Aufträge zu erhöhen und gleichzeitig eine Ausweichmöglichkeit zu haben, wenn auf einer der Plattformen kurzzeitig keine Aufträge zur Verfügung stehen. Dies wird jedoch erschwert, da die Auftragnehmer*innen ihre Bewertungen nicht auf andere Arbeitsplattformen übertragen können.

Das Machtungleichgewicht zwischen Auftragnehmer*innen und Plattformen resultiert aber nicht nur aus den Nutzungsbedingungen für die Auftragnehmer*innen, es sind vor allem Unsicherheitszonen und die Infrastruktur der Plattformen, durch die sie benachteiligt werden. Die Möglichkeit für Auftraggeber*innen, wie im Fall von Fiverr die Bestellungen abubrechen, bringt die Auftragnehmer*innen in eine machtlose Situation, denn die Auftraggeber*innen können ihre Designs verwenden, ohne sie dafür bezahlen zu müssen (vgl. I1/Z 173-174). Die unsichere Auftragslage, die von vielen Faktoren abhängig ist, die den Auftragnehmer*innen zum Teil gar nicht bewusst sind, wirkt ebenfalls auf die Auftragnehmer*innen ein und lässt die Beschäftigung als Cloudworker*in für sie unsicher und riskant erscheinen (vgl. I1/Z 308 oder I3/Z 130-131).

Den Auftragnehmer*innen wird ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit zugemutet, da sie sich für jeden Auftrag auf neue Kommunikationspartner*innen einstellen müssen. Einer der Befragten gibt an, seine Persönlichkeit individuell für die Auftraggeber*innen anzupassen, um möglichst gute Bewertungen zu erhalten (vgl. I1/Z 591-592). Dabei nehmen die Auftragnehmer*innen Projekte weltweit an und müssen sich dabei auch an die kulturellen Standards der jeweiligen Auftraggeber*innen anpassen.

Die Art und Weise wie sich die Auftragnehmer*innen präsentieren ist wichtig und so wird etwa in Interview 2 das Wort „beliebt“ verwendet (I2/Z 268), was sehr gut zur Bewertungskultur der Plattformen mit Kreativwettbewerben passt, denn durch das Liken von Beiträgen, gewinnen sie an Sichtbarkeit. Diese Logik erinnert stark an jene von sozialen Medien wie Instagram, wo Beiträge von Personen geliked und kommentiert werden können. So kann von den Auftragnehmer*innen ein zusätzlicher Druck empfunden werden von den anderen Cloudworker*innen und Auftraggeber*innen gemocht zu werden (vgl. Gerber 2020, 187). Dies könnte einer der Gründe sein, warum es die Befragte aus Interview 2 als besonders demoralisierend empfindet, wenn sie gar keine Bewertungen oder Feedback zu ihren Projekten bekommt (vgl. I2/Z 211-214, 525).

In Bezug auf die anderen Cloudworker*innen bestehen keine engen Kontakte, obwohl die Möglichkeit besteht mit diesen in Kontakt zu treten (vgl. I1/Z 632-633 oder I2/Z 332-337 oder I3/Z 364-366). Der Austausch mit anderen Cloudworker*innen ist jedoch ein sehr wichtiges und nicht zu vernachlässigendes Instrument, so können sich etwa Gleichgesinnte zusammenschließen und bei etwaigen Problemen mehr Druck aufbauen (vgl. Gegenhuber et al 2018, 60). Im Diskurs mit anderen Cloudworker*innen könnte ebenfalls den Unsicherheiten bezüglich der Funktionalität von Algorithmen und Funktionalitäten der Plattformen entgegengewirkt werden. Wenn dadurch Informationsasymmetrien minimiert werden können, kann sich der Handlungsspielraum der Einzelnen erweitern. Es gilt aber auch nicht zu vernachlässigen, dass die Cloudworker*innen in Konkurrenz stehen und sich auch als solche wahrnehmen (vgl. I2/Z 343 oder I3/Z 393-394). Vor allem Cloudworker*innen aus Ländern mit einem niedrigeren durchschnittlichen Einkommen wie etwa Indien, werden im Hinblick auf die Preisgestaltung als starke Konkurrenz wahrgenommen (vgl. I3/Z 531-535). Die von solchen Cloudworker*innen angebotenen Preise, können Personen aus Österreich nicht unterbieten ohne Verluste zu erleiden, da die Lebenserhaltungskosten höher sind.

Die vorliegende Untersuchung zeigt aber auch, wie im Fall von Interview 1, dass nach fünf Jahren auf der Plattform, bei ständigem Anheben der Preise ein monatliches Einkommen von durchschnittlich 2.300 € bei circa 30 Wochenstunden erwirtschaftet werden kann (vgl. I1/Z 306). Dabei ist die Schwankungsbreite sehr hoch und das Einkommen variiert zwischen 300 € und 4.200 € (vgl. I1/Z 304-306). Die Einkünfte sind zwar ausreichend, um den Lebensalltag bestreiten zu können, aber auch sehr instabil. Hier müsste fallweise entschieden werden, ob es sich tatsächlich um ein prekäres Verhältnis handelt.

Dies ist ein Beispiel der Plattform Fiverr, aber die Plattformen und ihre Logiken sind sehr divers und so kann nicht allgemeingültig bestimmt werden, dass Cloudworking keine prekäre Arbeitssituation darstellt. Die Befragte aus Interview 2 berechnet selbstständig, ob die nötige Arbeitsleistung bei einem Wettbewerb und das dafür ausgeschriebene Preisgeld ihren Stundenlohn von 22 € bis 25 € trifft (vgl. I2/Z 401). Die Gefahr ist hierbei jedoch, dass der Wettbewerb nicht gewonnen wird und dementsprechend auch keine Vergütung bezahlt wird. Außerdem gibt es eine Beschränkung von 15 oder 16 Wettbewerben pro Monat an denen teilgenommen werden darf (vgl. I2/Z 510). Das bedeutet, dass die Arbeit über 99designs ein monatliches Glücksspiel ist, ob und wie viel Einkommen erzielt werden kann. Ebenfalls sind die Auftragnehmer*inne dabei in ihrem Handlungsspielraum eingeschränkt, da sie sich für eine maximale Anzahl an Aufträgen bewerben können, so regulieren die Plattformen ihren Zugang zum Markt.

Außerdem ist zu erwähnen, dass wie Robinson und Vallas herausgefunden haben, die finanzielle Abhängigkeit entscheidend für die Risikowahrnehmung der Auftragnehmer*innen ist (vgl. Robinson/ Vallas 2020). Auch Schorr et al betonen die Notwendigkeit für Auftragnehmer*innen nicht finanziell auf eine Plattform angewiesen zu sein, da es als Disziplinarmittel gegen sie verwendet werden kann (vgl. Schorr et al. 2020, 838). Alle im Sample befragten Personen sind nicht finanziell auf die jeweiligen Arbeitsplattformen angewiesen, da sie noch eine Anstellung haben (vgl. I3/Z 462) oder durch ihre Eltern finanziell unterstützt werden (vgl. I1/Z 160-164).

In Bezug auf die untersuchten Fälle im Cloudworking kann so teilweise von einer fremdorganisierten Selbstorganisation (vgl. Pongratz/Voß 1997, 35) im Sinne von Voß und Pongratz gesprochen werden.

Das bereits angesprochene System der Algotokratie, gibt Muster vor und beschränkt dadurch den Entscheidungsraum, wodurch das Verhalten gesteuert wird (vgl. Aneesh 2010, 59). Vor allem im Falle von 99designs trifft dies zu, wenn man an die beschränkte Anzahl an Wettbewerben pro Monat oder die festen Einreichungsfristen für Projekte denkt. Die Auftragnehmer*innen können etwa nach der Einreichungsfrist für Wettbewerbe ihre Designs nicht mehr hochladen und damit auch nicht an dem Wettbewerb teilnehmen, deshalb bleibt ihnen nichts anderes übrig, als sich an die vorgegebenen Fristen zu halten. Problematisch ist dabei vor allem die binäre Struktur von Algorithmen (vgl. Schönefeld 2019, 77), die keinen Spielraum für Verhandlungen offenlässt. Sobald die maximale Anzahl an monatlichen Aufträgen erreicht, oder die Abgabefrist für ein Projekt verstrichen ist, gibt es keine Möglichkeit für die Auftragnehmer*innen ihre Designs weiterhin einzureichen.

Abbildung 7 zeigt die Darstellung der Frist für Wettbewerbe bei 99designs, in dem Beispiel können noch 3 Tage und 20 Stunden Designs eingereicht werden:

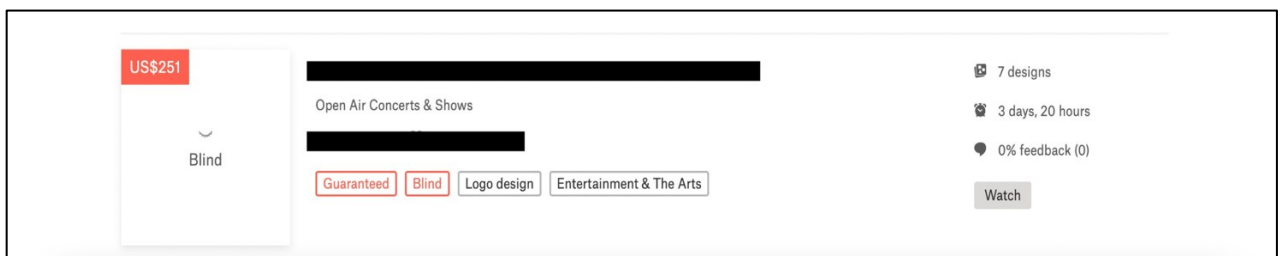


Abbildung 7: Anonymisierter Screenshot, 99designs Wettbewerb

Auf anderen Plattformen, wie etwa Fiverr haben die Auftragnehmer*innen die Möglichkeit bei Verzögerungen mit den Auftraggeber*innen eine neue Frist zu verhandeln, dabei verlieren sie jedoch Punkte im Ranking (vgl. I1/Z 431-432, 184-186). Sie werden also Sanktioniert für ihr Fehlverhalten, bei 99designs wäre eine verspätete Abgabe hingegen gar nicht möglich (vgl. I2/Z 232-233).

Die Arbeitszeiten unterscheiden sich bei den Befragten sehr voneinander und variieren zwischen 3 bis 4 Stunden und 35 Stunden in der Woche (vgl. I1/Z 371 und I3/Z 204), was natürlich auch von der Auftragslage abhängt. In Interview 1 hat der Befragte angegeben die Schule geschwänzt zu haben, um Aufträge für die Plattformarbeit fertigzustellen oder während der Arbeitszeit an Cloudworking- Projekten zu arbeiten (vgl. I1/Z 372-372, 658-659). Oder auch als erstes am Morgen die Nachrichten der Plattform abzurufen, ob neue Aufträge eingetroffen sind (vgl. I1/Z 146-147). Die dritte Interviewpartnerin erzählt von Nachtschichten und unstrukturierten Arbeitszeiten durch die Plattformarbeit, da sie zusätzlich in einem aufrechten Arbeitsverhältnis steht (vgl. I3/Z 211-213, 462). Und die Person aus Interview 2 gibt an, dass die Plattformarbeit für sie eine Freizeitbeschäftigung ist (vgl. I2/Z 176), wobei sie durchschnittlich 20 Stunden in der Woche damit zubringt (vgl. I2/Z 195).

Diese Aussagen klingen zwar zunächst nach einem hohen Maß an Autonomie und Selbstbestimmung, das den Auftragnehmer*innen durch die Plattformarbeit eingestanden wird, sie sind jedoch auch kritisch zu betrachten. Das hohe Maß an Flexibilisierung kann eine Vermischung von Arbeits- und Lebenswelt hervorrufen (vgl. Kratzer 2017, 116). Wie bereits Geber und Krzywdzinski festgestellt haben, ist Crowdfunding besonders gefährdet von Entgrenzung (vgl. Gerber/ Krzywdzinski 2019). Die Auftragnehmer*innen leben in ständiger Angst Aufträge zu verpassen und sind dauerhaft dem Marktdruck ausgesetzt (vgl. Schörfp et al. 2017, 52).

Die Instrumente des algorithmischen Managements sind über die Plattformen hinweg sehr verschieden und dementsprechend grenzen sie den Handlungsspielraum der Auftragnehmer*innen auch unterschiedlich ein. Was jedoch alle Plattformen gemeinsam haben, ist, dass die Ziele der Plattformen und der Auftraggeber*innen auf die Auftragnehmer*innen übertragen werden und zu ihren eigenen gemacht werden.

Im Sinne des neuen Herrschaftsmodus von Moldaschl und Sauer (vgl. Moldaschl/ Sauer 2000, 213), werden die Auftragnehmer*innen so zu Selbstbeherrschten. Dies zeigt sich besonders deutlich in den Analytics der Plattform Fiverr, die es den Auftragnehmer*innen möglich machen auf ihre Verhaltensdaten zuzugreifen, welche in Form von Statistiken mit inkludierten Zielen, von den Plattformen aufgearbeitet werden (vgl. I1/Z 255-266). Diese Analysen stehen in Verbindung mit den vorgegebenen Zielen, die die Plattformen vorgeben, bei Erreichung werden sie mit Vorteilen belohnt, bei nicht Erreichung drohen Sanktionen (vgl. I1/Z 45-47, 555-556).

Problematisch ist dabei vor allem der Verlust von Punkten und das Abrutschen im Ranking, wenn Auftragnehmer*innen Projekte, die sie nicht annehmen möchten, absagen, so wird es auf der Arbeitsplattform Fiverr praktiziert (vgl. II/Z 183-186).

Der Handlungsspielraum der Auftragnehmer*innen wird dadurch massiv eingeschränkt, denn formal haben sie die Möglichkeit selbstbestimmt Aufträge anzunehmen oder eben abzulehnen, da sich dies jedoch negativ auf ihren Plattformstatus auswirkt, ist die Motivation hoch möglichst keine Aufträge abzulehnen.

Im Sinne Burawoy's ist es für die Auftragnehmer*innen schwierig ein Spiel zu kritisieren, welches sie selbst gleichzeitig mitspielen (vgl. Burawoy 2012, 189). Wobei etwa die erreichbaren Levels und die Abzeichen, die verdient werden können wie ein Spiel sind, an welchem die Auftragnehmer*innen teilnehmen. Durch die Informationsasymmetrie im algorithmischen Management wird eine hohe Selbstdisziplinierung bei den Auftragnehmer*innen geschaffen (vgl. Gerber 2020, 190), da eben Unsicherheiten bezüglich der Funktion und Bedeutung jener bei den Auftragnehmer*innen bestehen.

Die sogenannten RRS (Ranking und Rating Systeme), werden von Krzywdzinski und Gerber als Instrumente der indirekten Kontrolle identifiziert (vgl. Krzywdzinski/ Gerber 2021, 170). Plattformen welche Gamification- Tools verwenden arbeiten so mit indirekter Kontrolle, um die Auftragnehmer*innen zu motivieren und zur Selbstdisziplinierung zu bewegen (vgl. Krzywdzinski/ Gerber 2021, 170). In einer von Krzywdzinski und Gerber durchgeführten Untersuchung zu Gamification im Cloudworking konnte festgestellt werden, dass bei Auftragnehmer*innen, welche auf Plattformen arbeiten, die sowohl Gamification- Tools als auch automatisierte Kontrollsysteme verwenden das Stresslevel besonders hoch ist, gleichzeitig aber auch die Arbeitszufriedenheit (vgl. Krzywdzinski/ Gerber 2021, 179).

Am schlechtesten haben jene Plattformen abgeschlossen, die ausschließlich mit direkter Kontrolle durch die Auftraggeber*innen arbeiten (vgl. ebd., 179). Der Grund dafür wird von den Forscher*innen in den besseren Aufstiegschancen und der höheren Bezahlung ersterer Plattformen vermutet (vgl. ebd., 179).

Jedoch zeigen unterschiedlichste Studien in diversen Bereichen, dass sich Menschen grundsätzlich fairer behandelt fühlen, wenn sie von Maschinen bewertet werden, als von anderen Menschen (vgl. etwa Kern et al. 2022 oder Schoeffer et al. 2021).

Auch in der vorliegenden Untersuchung zeigte sich, wobei nach negativen Erfahrungen im Verlauf der Plattformarbeit gefragt wurde (siehe Interviewleitfaden im Anhang), dass die negativen Erfahrungen nicht mit Sanktionen durch algorithmisches Management oder im Gamification-Bereich zu verorten sind, sondern im Austausch mit den Auftraggeber*innen (vgl. I1/Z 682 oder I2/Z 434-438 oder I3/Z 416-422).

Gleichzeitig haben die Auftragnehmer*innen durch die genauen Vorgaben des algorithmischen Managements das Gefühl, dass sie ihr Schicksal selbst in der Hand haben (vgl. Schollas 2014, 4), da es so scheint, dass sie durch die gesteckten Ziele der Plattformen selbst für den (Miss-) Erfolg auf der Arbeitsplattform verantwortlich sind. Sie haben scheinbar selbst die Kontrolle darüber, wo sie auf der Plattform stehen und wissen grundsätzlich welche Parameter dafür entscheidend sind (siehe auch Abbildung 7). Werden die Auftragnehmer*innen auf ein anderes Level heruntergestuft, können sie durch die in Abbildung 7 dargestellten Zielvorgaben identifizieren, warum sie ihre Position verloren haben. Wie der Befragte aus Interview 1 berichtete, gibt es bei Fiverr eine zweite verdeckte Bewertung der Auftragnehmer*innen welche von den Plattformen bei den Auftraggeber*innen angefragt wird und für die Auftragnehmer*innen selbst nicht sichtbar ist (vgl. I1/Z 570-571).

Inwieweit diese zweite Bewertung dann Einfluss auf den Status und die Sichtbarkeit der Auftragnehmer*innen, wissen diese nicht (vgl. I1/Z 574-575). Und so verliert das scheinbar offengelegte System an Transparenz und damit an Einflussnahme und Kontrollierbarkeit.

Wie bei Kittur et al. 2015 oder Kinder et al. 2019, festgestellt werden konnte, werden auf der Arbeitsplattform Upwork randomisierte Screenshots von den Bildschirmen der Cloudworker*innen gemacht, um festzustellen, ob diese wirklich an den Projekten arbeiten (vgl. Kinder et al. 2019, 21). Dies konnte die Befragte aus Interview 3, die seit einem Jahr auf der Plattform Aufträge bearbeitet nicht verifizieren. Wobei sowohl Stundenlohn als auch Stundenausmaß im Vorfeld ausgehandelt und bezahlt werden und eine Zeiterfassung ausgefüllt wird (vgl. I3/Z 112-117). Das bedeutet auch, dass eine Überprüfung der Arbeitsleistung, während der Login- Zeiten nicht sinnvoll wäre, da der Preis und die aufzubringende Leistung bereits ausgehandelt sind. Zu bedenken gilt aber hierbei auch, dass die Cloudworker*innen nicht über alle Funktionalitäten der Plattformen bescheid wissen und die Möglichkeit besteht, dass die Aufnahme der Screenshots von der Befragten nicht wahrgenommen wurde.

Ebenfalls problematisch ist die Identifizierung von versteckten Sanktionen, da die Auftragnehmer*innen keinen vollständigen Einblick in die Funktionalitäten der Algorithmen haben, ist es für sie unmöglich festzumachen, ob sie gerade sanktioniert werden (vgl. Gerber 2020, 186). Falls Auftragnehmer*innen weniger Aufträge erhalten oder weiter unten auf der Plattform gelistet werden, können sie nicht mit Sicherheit sagen, woran das liegt (vgl. Gerber 2020, 186).

So wie der Befragte in Interview 1, der zwar davon berichtet weit oben auf der Plattform gelistet zu sein, da er viele Bewertungen hat (vgl. I1/Z 47-54), tatsächlich aber als einer der Letzten gelistet ist. Was damit zusammenhängen könnte, dass er gerade sanktioniert wird, da er einige Projekte verspätet eingereicht hat (vgl. I1/Z 45-47). Ihm ist zwar bewusst, dass er durch deviantes Verhalten heruntergestuft wurde, aber nicht welche Konsequenzen damit genau verbunden sind. Hier zeigt sich erneut die Unsicherheit über die Funktionalität des Algorithmus und die damit zusammenhängenden eingeschränkten Handlungsspielräume, die den Auftragnehmer*innen teilweise nicht mal bewusst sind.

Grundsätzlich ist es so, dass die geleistete Arbeit beziehungsweise die Projekte, meist erst nach ihrer Fertigstellung kontrolliert oder begutachtet werden und weniger währenddessen (vgl. Wood et al. 2019, 64). Also die Art und Weise, wie die Auftragnehmer*innen ihre Projekte bearbeiten ist weniger relevant, viel wesentlicher ist das Feedback auf das Endprodukt, wobei die Auftragnehmer*innen dieses eventuell nach einer Begutachtung/ Feedback nochmals nachbearbeiten müssen, diese Arbeitszeit wird jedoch nicht zusätzlich vergütet (vgl. I1/Z 129, 361 oder I2/Z 215-216).

Den Auftraggeber*innen die Projekte als Zwischenergebnisse oder Skizzen zu senden birgt für Auftragnehmer*innen die Gefahr, dass die Aufträge nicht bezahlt werden und diese die Designs trotzdem verwenden (vgl. I1/Z 675-678 oder I3/Z 418-420).

Durch das Vorhandensein vieler (positiver) Bewertungen gewinnen sie an Sichtbarkeit und damit an Aufträgen, so ist es ihnen ebenfalls möglich ihre Preise zu erhöhen und Projekte, die sie nicht ansprechen abzusagen (vgl. I1/Z 198-199 oder I3/Z 68-73, 329-330). Gleichzeitig haben die Auftragnehmer*innen Angst, dass umfassendere Bearbeitungszeiten oder längere Antwortzeiten von den Auftraggeber*innen in den Bewertungen erwähnt werden könnten und so steuern sie dem präventiv durch erweiterte Erreichbarkeit und ausgedehntem Kundenservice entgegen (vgl. I1/Z 590-592, I3/Z 230-231).

So wird eine typische Management Aufgabe, zur Aufgabe der Auftragnehmer*innen selbst (vgl. Gerber 2021, 192). Die Bewertungen haben einen selbstdisziplinierenden Einfluss auf die Auftragnehmer*innen (vgl. Gerber 2020, 188). Die Auftragnehmer*innen sind der Willkür der Auftraggeber*innen ausgesetzt und in vielen Fällen arbeiten sie über das Vereinbarte Maß hinaus, um diese zufrieden zu stellen (vgl. Schörpf 2018, 261).

Ein Novum gegenüber den anderen Plattformen ist die Gegenseitige Bewertungsmöglichkeit von Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen, welche bei Upwork möglich ist (vgl. I3/Z 280-281). Wie bereits in den Ergebnissen erwähnt wurde, bringt diese zusätzliche Informationsquelle den Auftragnehmer*innen ergänzende Verhandlungsmacht, da sie etwa auf Grundlage vergangener Bewertungen selbst entscheiden können, ob sie mit diesen Auftraggeber*innen zusammenarbeiten möchten (vgl. I3/Z 282-284). Und dies gilt auch vice versa, da auch die Bewertungen der Cloudworker*innen auf ihren Profilen eine Quelle der gesteigerten Verhandlungsmacht darstellen (vgl. Durwald et al. 2016, 13). Aber bis sie zu diesem Punkt kommen, an dem sie genügend positive Bewertungen erhalten haben und diese Verhandlungsmacht aufkommt, können Jahre vergehen, wie etwa im Fall von Interview 1. Bis dahin sind sie gezwungen Aufträge anzunehmen, die sie nicht bearbeiten möchten und dies zu sehr günstigen Preisen (vgl. I1/Z 294-295 oder I3/Z 324-328).

Die Auftragnehmer*innen sind durch die Plattformarbeit sehr gefordert und teilweise in ihren Handlungsoptionen eingeschränkt. Dabei sind gewisse Problemlösungsstrategien beobachtbar, wie etwa das Arbeiten mit Auftraggeber*innen außerhalb der Plattformen, damit die Provisionsgebühren an die Cloudworker*innen selbst gehen und nicht von den Arbeitsplattformen einbehalten werden (vgl. I3/Z 403-407). Gerber identifiziert die Problemlösungsstrategien und Trickereien als „work games“ nach Burawoy und nicht als Widerstand oder Ablehnung (vgl. Gerber 2020, 190). Und auch in den vorliegenden Untersuchungen war die generelle Zufriedenheit mit den Plattformen groß und keine Verbesserungsvorschläge oder ähnliches angemerkt, als die Frage danach gestellt wurde (vgl. I2/Z 456-457). Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse dieser Arbeit zusammengetragen und damit die Forschungsfrage beantwortet, darauffolgend sollen noch Limitationen dieser Abhandlung und Ausblick auf weitere Anknüpfungspunkte gegeben werden.

Conclusio und Ausblick

Die vorliegende Arbeit unterstreicht erneut die bestehende Literatur zum Thema Crowdfunding beziehungsweise Cloudworking. Die vorhandenen Autonomiespielräume, sind nicht ein Zugeständnis an die Auftragnehmer*innen um deren Arbeitssituation zu verbessern, sondern Instrumente zur Selbstdisziplinierung jener (vgl. Nies/ Sauer 2012, 43).

Braverman war der Meinung, dass der Kapitalismus eine Gesellschaft erschafft, in der Menschen nur an ihre eigenen Interessen denken (vgl. Braverman 1974, 67). Dass die Manager diejenigen sind, die das Maximum aus der Arbeitskraft extrahieren und dies den Kapitalisten bringen (vgl. Braverman 1974, 69). Übertragen auf die Arbeitsplattformen könnte man diese als Manager*innen sehen, die unsichtbar durch Algorithmen dafür sorgen die maximale Leistung der Auftragnehmer*innen zu erlangen und diese den Auftraggeber*innen zu bringen. Die Instrumente haben sich dabei verändert, aber die Wirkung bleibt die gleiche, wobei die Auftragnehmer*innen unter teilweise prekären und ungeschützten Verhältnissen Arbeiten und dabei von Selbstausbeutung gefährdet sind. Ob dabei tatsächlich ein prekäres Verhältnis besteht, müsste fallweise entschieden werden, tragend ist aber die Tatsache, dass die Auftragnehmer*innen jederzeit von der Plattformarbeit ausgeschlossen werden können (vgl. 99designs 2019). Dabei greifen nicht die üblichen Arbeitsschutzgesetze bezüglich einer Kündigungsfrist, was für die Auftragnehmer*innen eine sehr instabile Lage bedeutet.

Gleichzeitig gibt es wenig Bestrebungen der Auftragnehmer*innen selbst mehr Rechte einzufordern, was auch damit zusammenhängt, dass es sich in den meisten Fällen nur um eine Nebenbeschäftigung für die Cloudworker*innen handelt (vgl. Bormann/ Haake 2017, 139).

Aktuell gibt es Bestrebungen die Situation der Auftragnehmer*innen auf Arbeitsplattformen zu verbessern. 2021 wurde ein Gesetzes- Vorschlag eingereicht, sollte jener angenommen werden, haben die EU- Mitgliedsstaaten 2 Jahre Zeit, die Richtlinien in nationales Recht zu überführen (vgl. Europäische Kommission 2021). Dieser Vorschlag beinhaltet etwa die Feststellung, ob ein Arbeitsverhältnis vorliegt, womit dann etwa Vorteile wie Urlaub, Mindestlohn, Pensions- und Sozialversicherung verbunden sind (vgl. Europäische Kommission 2021). Des Weiteren wird die Transparenz des algorithmischen Managements gefordert, damit Auftragnehmer*innen Entscheidungen eigenständiger und freier treffen können (vgl. Europäische Kommission 2021).

In den Befragungen konnte klar herausgearbeitet werden, dass die Arbeitsplattformen sich in ihren Funktionalitäten stark voneinander unterscheiden, dabei liegen ihnen verschiedenste Mechanismen und Infrastrukturen zugrunde. Die Plattformarbeit wurde jedoch von den Befragten gleichermaßen als positiv wahrgenommen, wobei jene wenig über die dahinterstehenden Mechanismen und deren Einfluss reflektieren. Es herrscht zwar ein Bewusstsein darüber, dass durch algorithmisches Management automatisierte Entscheidungen getroffen werden, die ihre Arbeitssituation beeinflussen, jedoch sind sie sich derer nicht ausreichend im Klaren. Dies stellt auch eine Limitation dieser Arbeit dar, denn verdeckte Funktionalitäten der Plattformstruktur können durch die Auftragnehmer*innen nicht offengelegt werden, dazu wäre eine Auseinandersetzung mit den Vertreter*innen der Plattformen selbst notwendig.

Die Registrierung auf den untersuchten Plattformen ist mit relativ wenig Aufwand verbunden und erlaubt es auch ohne Ausbildungsnachweise eine Karriere als Designer*in zu starten (vgl. I1/Z 98, 113-116). Durch den gegebenen Handlungsspielraum bei der Kontrolle der Personen bezogenen Daten und der Unmöglichkeit festzustellen, ob mehrere Personen durch ein einziges Profil tätig sind, ergeben sich Phänomene wie Crowd- Aggregators, was jedoch auch kritisch zu betrachten ist. Einerseits kann so die gute Reputation einer Person für mehrere ausgenutzt werden, andererseits ergeben sich Hierarchien und Substrukturen, die in Anbetracht der teilweise niedrigen Bezahlung, vor allem Menschen aus Ländern mit niedrigem durchschnittlichem Einkommen benachteiligen. Außerdem kann so auch nicht kontrolliert werden, ob Minderjährige an den Profilen beteiligt sind, beziehungsweise diese selbst führen, wie es beim Befragten in Interview 1 der Fall war (vgl. I1/Z 751).

Die interviewten Personen betreiben ihre Accounts selbstständig und mussten teilweise über Jahre hinweg eine positive Reputation aufbauen, um die Plattformarbeit rentabel zu machen. Diese Anfangsphase ist geprägt von niedrigen Löhnen und der widerwilligen Annahme von Aufträgen, um Bewertungen zu erhalten (vgl. I3/Z 327-330).

Der Umstieg auf eine andere Arbeitsplattform stellt so nicht wirklich eine Handlungsalternative für die Auftragnehmer*innen dar, denn die Mitnahme der Bewertungen auf eine andere Plattform ist nicht vorgesehen. Das bedeutet sie sind an die Plattform gebunden, da sie ansonsten erneut ihre Reputation aufbauen müssten, was mit niedrigen Löhnen und hohem Aufwand verbunden ist.

Es ist aber auch nicht im Interesse der Befragten sich eine langfristige Karriere auf der Arbeitsplattform aufzubauen. Im Vordergrund stehen vor allem der Aufbau eines Kundenstammes und ein monatlicher Zuverdienst. Aufträge, die außerhalb der Plattformen abgewickelt werden, werden als Erfolg wahrgenommen (vgl. I2/Z 428). Die befragten Cloudworker*innen sind alle nicht finanziell abhängig von der Plattformarbeit, was einen Einfluss auf ihre Einschätzung der Situation haben könnte. Da ihre unabhängige Position das Machtungleichgewicht zwischen Auftragnehmer*innen und den Plattformen beeinflusst und damit auch ihr Arbeitsverhalten und ihre Wahrnehmung (vgl. Krzywdzinski/ Gerber 2021, 162). Aus ihrer Unabhängigkeit von der Plattform erfolgt für die Auftragnehmer*innen eine erhöhte Verhandlungsmacht, etwa in der Annahme von Aufträgen, die sie nicht bearbeiten möchten (vgl. I1/Z 199) oder welche mit niedrigen Auszahlungen (vgl. I2/Z 407-409).

Wie viele Aufträge die Cloudworker*innen pro Monat erhalten ist mehr oder minder ein Glücksspiel und lässt die Befragten daran zweifeln, dass durch die Arbeitsplattformen ein stabiles monatliches Einkommen erreichbar ist (vgl. I3/Z 341-345). Vor allem, wenn Plattformen wie 99designs vorschreiben wie viele Bewerbungen pro Monat von einem Profil aus verschickt werden dürfen (vgl. I2/Z 510), kann gesagt werden, dass sie in den Wettbewerb eingreifen und damit auch in die Einkommenschancen und Gestaltungsspielräume der Einzelnen.

In Bezug auf die freie Einteilung der Arbeitszeit ergeben sich Unterschiede zwischen den Plattformen, da bei 99designs und Upwork vor allem die Auftragnehmer*innen sich auf Aufträge selbstständig bewerben müssen (vgl. I3/Z 60-61) und bei Fiverr meist die Auftraggeber*innen die Designer*innen auswählen (vgl. I1/Z 177-178). Erstere haben dadurch mehr Handlungsspielraum bei den Arbeitszeiten, während Letztere nach Eingang der Bestellung nur wenig Zeit haben die Aufträge zu erfüllen, wodurch sie zum Teil gezwungen sind Verpflichtungen außerhalb der Plattformarbeit zu vernachlässigen (vgl. I1/Z 372-373). Durch das algorithmische Management und die Kennzahlen, welche Festhalten ob und wie viele Aufträge abgelehnt wurden, wird diese Möglichkeit vergleichsweise selten in Anspruch genommen (vgl. I1/Z 183-186). Besonders wenn die Plattformarbeit als Nebenerwerb ausgeführt wird, verschieben sich die Arbeitszeiten in die Abendstunden oder das Wochenende, was dazu beitragen kann, dass die Grenzen zwischen Arbeits- und Freizeit verschwimmen (vgl. I3/Z 211-213).

Zusammenfassend lässt sich hieraus festhalten, dass die Arbeitszeiten zwar theoretisch selbstbestimmt werden können, die Auftragnehmer*innen jedoch durch Marktdruck und algorithmisches Management zur Selbstdisziplinierung gedrängt werden.

Die Projekte können von den Auftragnehmer*innen selbstbestimmt bearbeitet werden, wobei sie ihre eigenen Arbeitsmittel einsetzen müssen. Die Erreichbarkeit während der Bearbeitung ist dabei sehr einseitig geregelt, während Auftragnehmer*innen teilweise nur 3 Tage Zeit für die Beantwortung von Zwischenfragen haben, bevor der Auftrag automatisch abgebrochen wird (vgl. I1/Z 430-431), können Auftraggeber*innen selbst über Weg und Geschwindigkeit der Kommunikation entscheiden, ohne negative Konsequenzen fürchten zu müssen.

Die Auftragnehmer*innen sind dabei eingeschränkt, was die Kommunikationswege anbelangt, da diese von den Vorgaben der Plattformen diktiert werden. Teilweise ist es den Auftragnehmer*innen nur möglich die Auftraggeber*innen zu kontaktieren, wenn Letztere die Konversation starten (vgl. I2/Z 349-350). Außerdem ist die Art des Kontaktes zu anderen Cloudworker*innen ebenfalls von den Infrastrukturen der Plattformen bestimmt, wobei manche diese den Kontakt nicht zulassen beziehungsweise durch Events lenken (vgl. I3/Z 364-366). Die Erreichbarkeit und Kommunikation auf den untersuchten Arbeitsplattformen kann so als asymmetrisch beschrieben werden, wobei Handlungsalternativen und Verhandlungsmacht eingeschränkt werden.

Sie haben keine Möglichkeit sich den Nutzungsbedingungen zu widersetzen und müssen sich der Infrastruktur der Plattformen untergeben. Das bedeutet auch den jeweiligen Ranking- bzw. Ratingsystemen und den Bewertungsformen. Durch den Einsatz von Gamification lassen die Plattformen den Arbeitskontext zu einem Spiel werden, bei dem Auftragnehmer*innen die die Vorgaben der Plattformen nicht einhalten zu den Verlierer*innen werden. Damit ist nicht nur ein hoher Druck verbunden, sondern auch ein erhöhtes Maß an Selbstdisziplinierung, da die Auftragnehmer*innen nicht genau wissen, welche Parameter letztendlich bei ihrer Bewertung miteinbezogen werden. Und so wird die Tätigkeit im Cloudworking zum Panoptikum, da die Auftragnehmer*innen nicht sicher wissen, welche Daten erhoben werden und inwiefern diese Relevant für ihren (Miss-) Erfolg auf den Arbeitsplattformen sind. Die im algorithmischen Management fehlende Transparenz der Erfolgsfaktoren gepaart mit der geringen Verhandlungschance der Auftragnehmer*innen führt zu einer Einschränkung ihrer Verhandlungsmacht und schneidet in die Teilhabe an Entscheidungen und Kontrolle ein.

Im Hinblick auf die Forschungsfrage: „Wie werden Autonomiespielräume in Cloudworking Arbeitsformen von österreichischen Auftragnehmer*innen genutzt und inwiefern werden sie von Kontrollmechanismen darin beeinflusst?“, konnte gezeigt werden, dass die befragten Cloudworker*innen vor allem durch die Infrastruktur der Plattformen und den damit verbundenen Gamification- Tools belastet werden. Einer der Hauptfaktoren dabei bleibt die Unsicherheit der Auftragnehmer*innen bezüglich der Funktionalität der Algorithmen und den damit verbundenen Sanktionen, wobei Informationsasymmetrie eine entscheidende Rolle spielt. Durch die unsichere Auftragslage erscheint Cloudworking nicht als attraktive Beschäftigung, die die einzige Einnahmequelle bildet, sondern als Nebenerwerb, um neue Kund*innen zu gewinnen und Erfahrung zu sammeln, was die Verhandlungsmacht steigert. Das System der indirekten und automatisierten Kontrolle, schränkt die Autonomie der Auftragnehmer*innen klar ein und sollte durch erhöhte Transparenz und vor allem durch Regulierung verbessert werden, um eine gesunde und stabile Arbeit zu ermöglichen.

Literaturverzeichnis

Al-Ani, Ayad; Stumpp, Stefan. (2016): Rebalancing interests and power structures on crowdworking platforms. *Internet Policy Review*, 5(2). <https://doi.org/10.14763/2016.2.415>

Altenried, Moritz. (2017): Die Plattform als Fabrik: Crowdwork, Digitaler Taylorismus und die Vervielfältigung der Arbeit. *PROKLA. Zeitschrift für Kritische Sozialwissenschaft*, 47(187), 175–192. <https://doi.org/10.32387/prokla.v47i187.140>

Albrecht, Thorben. (2019): Neue Beschäftigungsformen und ihre soziale Sicherung – Schlüsselthemen im Dialogprozess „Arbeiten“ 4.0 des BMAS. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 127-132

Amazon Mechanical Turk. <https://www.mturk.com/> (letzter Zugriff 07.08.2022)

Aneeshn, Aneesh. (2010): Globale Arbeit: Algoritmische Formen der Organisation. In: Ruiz-Ben, Esther (Hg.): Internationale Arbeitsräume. Herbolzheim: Centaurus Verlag & Media, 55–96. https://doi.org/10.1007/978-3-86226-419-3_3

Arbeiterkammer.

<https://ooe.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitsrecht/Arbeitsvertrag/Crowdworking.html> (letzter Zugriff 10.08.2022)

Babbage, Charles. (1835): On the Economy of Machinery and Manufactures. 4. Auflage, London: Charles Knigh

Barnes, Sally- Anne; Green, Anne; De Hoyos, Maria. (2015): Crowdsourcing and work: individual factors and circumstances influencing employability. *New Technology, Work, and Employment*, 30(1), 16–31. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12043>

Beck, Ulrich. (1986): Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Benner, Christiane. (2019): Crowdworking gestalten – IG Metall 4.0. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 143-152

Boes, Andreas. (2003): Arbeit in der IT-Industrie. Durchbruch zu einem neuen Kontrollmodus? Auf der Suche nach den Konturen eines postfordistischen Produktionsmodells. In: Dörre, Klaus; Röttger, Bernd (Hg.): Das neue Marktregime. Konturen eines nachfordistischen Produktionsmodells. Hamburg: VSA-Verlag für das Studium der Arbeiterbewegung, 135-152

Boes, Andreas. (2005): Informatisierung, Wissen und der Wandel der Arbeitswelt: Referat zum Studierendenkongress "Wissen als Ware!?" vom 9.11.6.2005. (Arbeitspapier des Projekts ARB-IT2, 11). München: Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V. ISF München. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-164992>

Boes, Andreas; Bultemeier, Anja. (2008): Informatisierung – Unsicherheit – Kontrolle. Analysen zum neuen Kontrollmodus in historischer Perspektive. In: Dröge, Kai; Marrs, Kira; Menz, Wolfgang (Hg.): Rückkehr der Leistungsfrage. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 58-91. <https://doi.org/10.5771/9783845268736-58>

Bormann, Sarah; Haake, Gunter. (2017): Selbstständige Arbeit auf Crowdfunding-Plattformen – ein Gestaltungsfeld für Gewerkschaften. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdfunding zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 133- 142

Braverman, Harry. (1974): Labor and monopoly capital: the degradation of work in the twentieth century. Monthly Review Press

Bruckner, Sarah; Krammer, Caroline (2017): Sozialversicherung in der Gig-Economy. In: Lutz, Doris; Risak, Martin (Hg.): Arbeit in der Gig-Economy: Rechtsfragen neuer Arbeitsformen in Crowd und Cloud. ÖGB Verlag, 254- 303

Burawoy, Michael. (1979): Manufacturing consent: changes in the labor process under monopoly capitalism. Chicago: University of Chicago Press

Burawoy, Michael. (1985): The politics of production. Thetford, Norfolk: The Thetford Press Ltd

Burawoy, Michael. (2012): The roots of domination: Beyond Bourdieu and Gramsci. *Sociology*, 46(2), 187-206

Butollo, Florian; Flemming, Jana; Wandjo, David; Gerber, Christine; Krzywdzinski, Martin. (2021): Digitalisierung der Arbeitswelt in und nach der COVID-19-Krise: Thesen und Handlungsempfehlungen, Weizenbaum Series, No. 16, Weizenbaum Institute for the Networked Society - The German Internet Institute, Berlin, <https://doi.org/10.34669/wi.ws/16>

Castel, Robert. (2007): Die Stärkung des Sozialen. Leben im neuen Wohlfahrtsstaat. 2. Auflage, Hamburg: Hamburger Ed

Clickworker a. <https://www.clickworker.de/clickworkerjob/> (letzter Zugriff 07.08.2022)

Clickworker b. <https://support-workplace.clickworker.com/support/solutions/articles/80000672347-how-much-will-i-be-paid-> (letzter Zugriff 07.08.2022)

Cram, W. Alec; Wiener, Martin. (2020): Technology-mediated control: Case examples and research directions for the future of organizational control. *Communications of the Association for Information Systems*, 46(4), 70-91

Deci, Edward L.; Olafsen, Anja H.; Ryan, Richard M. (2017): Self-determination theory in work organizations: The state of a science. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4(1), 19–43

Degryse, Christophe. (2016): Digitalisation of the economy and its impact on labour markets. In: ETUI, The European Trade Union Institute. <https://www.etui.org/publications/working-papers/digitalisation-of-the-economy-and-its-impact-on-labour-markets> (letzter Zugriff 25.08.2022)

Dörre, Klaus; Brinkmann, Ulrich. (2005): Finanzmarkt-Kapitalismus: Triebkraft eines flexiblen Produktionsmodells?. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 57(4), 85

Dörre, Klaus. (2017): Prekarität. In: Hirsch-Kreinsen, Hartmunt; Minssen, Heiner (Hg): Lexikon der Arbeits- und Industrie-soziologie. 2. Auflage, Berlin: edition sigma, 258-262

Durward, David; Blohm, Ivo; Leimeister, Jan Marco. (2016): Rags to riches-How signaling behaviour causes a power shift in crowdsourcing markets. In: Blohm, Ivo; Leimeister, Jan Marco (Hg.): European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul, Turkey.

Durward, David; Blohm, Ivo. (2017): The Rise of Crowd Aggregators – How Individual Workers Restructure Their Own Crowd. In: Leimeister, Jan Marco; Brenner, Walter (Hg.): Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik. St. Gallen, 395-409

Edwards, Richard. (1979): Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in the Twentieth Century. New York: Basic Books

Eichmann, Hubert; Reidl, Sybille; Schiffbänker, Helene; Zingerle, Markus. (2006): Kunst/Dienst/Leistung. Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries

Eurofound. (2018): Employment and working conditions of selected types of platform work. Luxembourg, Publications Office of the European Union

Europäische Kommission. (2021): Vorschläge der Kommission zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Menschen, die über digitale Arbeitsplattformen arbeiten. Pressemitteilung vom 09.12.2021 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_21_6605 (letzter Zugriff 10.10.2022)
Gesetzes Vorschlag kann hier nachgelesen werden:
file:///Users/lisa/Desktop/COM_2021_762_1_EN_ACT.pdf

Fair Crowd Work a. <http://faircrowd.work/de/platform/clickworker/> (letzter Zugriff 07.08.2022)

Fair Crowd Work b. Amazon Mechanical Turk. <http://faircrowd.work/de/platform/amazon-mechanical-turk/> (letzter Zugriff 10.08.2022)

Fiverr a. https://de.fiverr.com/sellers/freelance-jobs?source=top_nav (letzter Zugriff 07.08.2022)

Fiverr b. https://de.fiverr.com/content/rt/how-fiverr-works?show_join&source=footer (letzter Zugriff 07.08.2022)

Fiverr c. Fiverr's Community Standards. <https://www.fiverr.com/community/standards/integrity-authenticity> (letzter Zugriff 14.09.2022)

Fiverr d. So fängst du an, auf Fiverr zu verkaufen. <https://de.fiverr.com/support/articles/360010451297-How-to-Start-Selling-on-Fiverr?segment=seller> (letzter Zugriff 27.09.2022)

Fiverr. (2022): Fiverr's Terms of Service. https://de.fiverr.com/terms_of_service?store=false (letzter Zugriff 05.09.2022)

Flecker, Jörg. (2017): Arbeit und Beschäftigung: eine soziologische Einführung. Facultas.

Flecker, Jörg. (2018): Normalarbeit und Prekarität. In: Muckenhuber, Johanna; Hödl, Josef; Griesbacher, Maria (Hg.): Normalarbeit: Nur Vergangenheit oder auch Zukunft? Bielefeld: transcript Verlag, 41-60

Friedman, Andrew. (1977). Industry and labour. London, Basingstole: The Macmillan Press LTD

Gandini, Alessandro. (2019): Labour process theory and the gig economy. *Human relations*, 72(6), 1039-1056

Gegenhuber, Thomas; Ellmer, Markus; Scheba, Claudia. (2018): Partizipation von CrowdworkerInnen auf Crowdsourcing-Plattformen: Bestandsaufnahme und Ausblick, Study der Hans-Böckler-Stiftung, No. 391. Düsseldorf: Hans-Böckler Stiftung

Gerber, Christine; Krzywdzinski, Martin. (2017): Schöne neue Arbeitswelt? Durch Crowdworking werden Aufgaben global verteilt. *WZB-Mitteilungen*, 155, 6-9

Gerber, Christine; Krzywdzinski, Martin. (2019): Entgrenzung in der digitalen Onlinearbeit am Beispiel von Crowdwork. In: Hanau, Hans; Wenzel, Matiaske (Hg.): Entgrenzung von Arbeitsverhältnissen: arbeitsrechtliche und sozialwissenschaftliche Perspektiven. Baden-Baden: Nomos, 25- 48

Gerber, Christine. (2019): Alte Herrschaft in digitalen Gewändern? Der Arbeitsprozess auf Crowdwork-Plattformen. In: Butollo, Florian; Nuss, Sabine (Hg.): Marx und die Roboter: vernetzte Produktion, Künstliche Intelligenz und lebendige Arbeit, Berlin: Karl Dietz Verlag, 256-275

Gerber, Christine. (2020): Crowdworker*innen zwischen Autonomie und Kontrolle. Die Stabilisierung von Arbeitsteilung durch algorithmisches Management, WSI Mitteilungen. Baden-Baden: Nomos, (3), 182-192. <https://doi.org/10.5771/0342-300X-2020-3-182>

Gerber, Christine. (2021): Community building on crowdwork platforms: Autonomy and control of online workers? *Competition & Change*, 25(2), 190–211

Glaser, Barney G.; Anselm L. Strauss. (1980): The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research. 11. Auflage. New York: Aldine

Gläser, Jochen; Laudel, Grit. (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, Wiesbaden: VS

Gottschall, Karin; Betzelt, Sigrid. (2001): Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur: Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung, ZeS-Arbeitspapier, No. 18/2001, Universität Bremen, Zentrum für Sozialpolitik (ZeS), Bremen

Greef, Samuel; Schroeder, Wolfgang; Sperling, Hans J. (2020): Plattformökonomie und Crowdfunding als Herausforderungen für das deutsche Modell der Arbeitsbeziehungen. *Industrielle Beziehungen*, 27(2), 205–226. <https://doi.org/10.3224/indbez.v27i2.06>

Heiland, Heiner. (2020). (Ohn) Mächtige Crowd? Heteronomie und Autonomie der Plattformarbeit. In: Bader, Verena; Kaiser, Stephan (Hg.): *Arbeit in der Data Society*. Wiesbaden: Springer Gabler, 113-128

Hensel, Isabell. (2019): Die horizontale Regulierung des Crowdfunding: Wer bestimmt die Regeln? In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdfunding zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 215-254

Hertwig, Markus; Papsdorf, Christian. (2017): Varieties of Sharing. Handlungsorientierungen, Strukturen und Arbeitsbedingungen eines neuartigen Feldes, *Berlin Journal für Soziologie*, 27, 521–546

Howe, Jeff. (2006): "The Rise of Crowdsourcing." *Wired Magazine*, 14(6), 1-4

Huws, Ursula. (2003): The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World, Monthly Review Press

Huws, Ursula. (2010): Expression and expropriation: The dialectics of autonomy and control in creative labour. *Ephemera: Theory and Politics in Organization*

Huws, Ursula. (2012): Schöpfung und Enteignung: Die Dialektik von Autonomie und Kontrolle in der kreativen Arbeit. In: Flecker, Jörg (Hg.): *Arbeit in Ketten und Netzen: die dynamische Vernetzung von Unternehmen und die Qualität der Arbeit*. edition sigma, 217-231

Huws, Ursula. (2014): *Labor in the Global Digital Economy : The Cybertariat Comes of Age*. Monthly Review Press.

Huws, Ursula; Simon, Joyce. (2016): Österreichs Crowdsworkszene. Wie geht es Menschen, die über Online-Plattformen arbeiten? (Hg): Arbeiterkammer Wien. Foundation for European Progressive Studies (FEPS); Uni Europa University of Hertfordshire. Wien: Ipsos Mori

Huws, Ursula; Spencer, Neil; Joyce, Simon. (2016): *Crowd work in Europe: Preliminary results from a survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands*.

Irani, Lilly. (2015): The Cultural Work of Microwork. *New Media & Society*, 17(5), 720-739

Jacob, Herbert. (1973): *Schriften zur Unternehmensführung: Unternehmenskontrolle*. Band 17, Wiesbaden: Gabler

Jochmaring, Jan; York, Jana. (2022): Dilemmata einer inklusiven Arbeitswelt. Menschen mit Behinderung zwischen Inklusionspotenzialen neuer Arbeitsrealitäten und exklusionsverwaltenden Organisationen. In: Onnen, Corinna; Stein- Redent, Rita; Blättel-Mink, Birgit; Noak, Torsten; Opielka, Michael; Späte, Katrin (Hg.): *Organisationen in Zeiten der Digitalisierung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 141- 154

Kawalec, Sandra; Menz, Wolfgang. (2013): Die Verflüssigung von Arbeit: Crowdsourcing als unternehmerische Reorganisationsstrategie - das Beispiel IBM. *AIS-Studien*, 6(2), 5-23. <https://doi.org/10.21241/ssoar.64793>

Kern, Christoph; Gerdon, Frederic; Bach, Ruben L; Keusch, Florian; Kreuter, Frauke. (2022): Humans versus machines: Who is perceived to decide fairer? Experimental evidence on attitudes toward automated decision-making. *Patterns*, 100591

Kinder, Eliscia; Jarrahi, Mohammed Hossein; Sutherland, Will. (2019): Gig Platforms, Tensions, Alliances and Ecosystems: An Actor-Network Perspective. *Proceedings of the ACM on Human Computer Interaction*, 3 (212), 1-26 <https://doi.org/10.1145/3359314>

Kirchner, Stefan; Meyer, Sophie- Charlotte; Tisch, Anita. (2020): Digitaler Taylorismus für einige, digitale Selbstbestimmung für die anderen? Ungleichheit der Autonomie in unterschiedlichen Tätigkeitsdomänen. *baua: Fokus*

Kittur, Aniket; Nickerson, Jeffrey V.; Bernstein, Michael S.; Gerber, Elisabeth M.; Shaw, Aaron; Zimmermann, John; Lease, Matthew; Horton, John J. (2015): Die Zukunft der Crowdarbeit: Zentrale Forschungsfragen. In: Benner, Christiane (Hg.): Crowdwork - zurück in die Zukunft? Perspektiven digitaler Arbeit. Frankfurt am Main: Bund-Verlag GmbH, 173–230

Kocher, Eva. (2019). Crowdfunding: Ein neuer Typus von Beschäftigungsverhältnissen? Eine Rekonstruktion der Grenzen des Arbeitsrechts zwischen Markt und Organisation. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdfunding zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 173-213

Kramer, Paul- Fiete. (2019): Interessenvertretung in der Wolke? Historische Erfahrungen und aktuelle Herausforderungen der Erwerbsregulierung bei Solo-Selbstständigen und Crowdworkern. Conference: 27. wissenschaftlicher Kongress der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft

Kratzer, Nick; Sauer, Dieter. (2003): Entgrenzung von Arbeit: Konzepte, Thesen, Befunde. In: Gottschall, Karin; Voß, Günther G. (Hg.): Entgrenzung von Arbeit und Leben: Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag. Arbeit und Leben im Umbruch Schriftreihe zur Subjektivierten Soziologie der Arbeit und der Arbeitsgesellschaft, Band 5. München: Rainer Hampp Verlag, 87-123

Kratzer, Nick. (2017): Entgrenzung. In: Hirsch- Kreinsen, Hartmut; Minssen, Heiner (Hg.): Lexikon Der Arbeits- Und Industriesoziologie. 2. Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft MbH & KG, 116-119

Krzywdzinski, Martin; Gerber, Christine. (2021): Between automation and gamification: forms of labour control on crowdwork platforms, *Work in the Global Economy*, 1 (1-2), 161–184. DOI: 10.1332/273241721X16295434739161

Langley, Paul; Leyshon, Andrew. (2017): Platform capitalism: The intermediation and capitalisation of digital economy circulation. *Finance and society*, 3 (1), 11-31

Lankford, William M.; Parsa, Faramarz. (1999): Outsourcing: a primer. *Management Decision*, 37 (4), 310-316

Lehdonvirta, Vili. (2018): Flexibility in the gig economy: managing time on three online piecework platforms. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), 13-29

Leibetseder, Bettina; Hofinger, Christoph. (2019): Solo-Selbstständige in Österreich: Lebens- und Erwerbssituation von Selbständigen ohne unselbständig Beschäftigte und MitunternehmerInnen. SORA Wien

Leimeister, Jan Marco; Zogaj, Shkodran; Durward, David. (2015): New Forms of Employment And IT - Crowdsourcing. 4th Conference of the Regulating for Decent Work Network, Genf

Leimeister, Jan Marco; Durward, David; Zogaj, Shkodran. (2016): Crowd Worker in Deutschland: Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen. Düsseldorf

Lücking, Stefan. (2019): Arbeiten in der Plattformökonomie: Über digitale Tagelöhner, algorithmisches Management und die Folgen für die Arbeitswelt. Forschungsförderung Report No. 5. Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf

Manske, Alexandra. (2007): Prekarisierung auf hohem Niveau. Eine Feldstudie über Alleinunternehmer in der IT- Branche. München: Hampp

Manske, Alexandra; Schnell, Christiane. (2010): Kapitel X Arbeitsmarkt und Beschäftigung: Arbeit und Beschäftigung in der Kultur-und Kreativwirtschaft. In: Böhle, Fritz; Voß, Günther G; Wachtler, Günther (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 699-727

Manske, Alexandra. (2018): Selbstständige Arbeit als Grenzgang. In: Bürhmann, Andrea A; Fachinger, Uwe; Welskop- Deffa, Eva (Hg.): Hybride Erwerbsformen. Wiesbaden: Springer VS, 213-237

Margaryan, Anoush. (2019): Workplace learning in crowdwork: Comparing microworkers' and online freelancers' practices. *Journal of Workplace Learning*, 31 (4), 250-273. <https://doi.org/10.1108/JWL-10-2018-0126>

Marrs, Kira. (2008): Zeit für einen Perspektivenwechsel? Leistungssteuerung jenseits von Betrieb und „Normalarbeitsverhältnis. In: Dröge, Kai; Marrs, Kira; Menz, Wolfgang (Hg.): Rückkehr der Leistungsfrage. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 162-177. <https://doi.org/10.5771/9783845268736-162>

Marrs, Kira. (2010): Kontrolle von Arbeit: Herrschaft und Kontrolle in der Arbeit. In: Böhle, Fritz; Voß, Günther G; Wachtler Günther (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 331- 356

Marx, Karl; Engels, Friedrich; Institut für Marxismus-Leninismus. [1890] (1962): Werke. 23 : Das Kapital ; 1, Der Produktionsprozeß des Kapitals, 11. Auflage, Dietz

Mayring, Philipp. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 12. überarbeitete Auflage, Klagensfurt: Beltz

Mayring, Philipp. (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 6. Auflage, Klagensfurt: Beltz

Moldaschl, Manfred; Sauer, Dieter. (2000): Internalisierung des Marktes: Zur neuen Dialektik von Kooperation und Herrschaft. In: Minssen, Heiner (Hg.): Begrenzte Entgrenzungen: Wandlungen von Organisation und Arbeit. Berlin: Edition sigma, 205-224

Mrass, Volkmar; Leimeister, Jan Marco. (2018): Crowdfunding-Plattformen als Enabler neuer Formen der Arbeitsorganisation. In: Fortmann, Harald; Kolocec, Barbara (Hg.): Arbeitswelt der Zukunft. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 139–151. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20969-8_10

Nies, Sarah; Sauer, Dieter. (2012): Arbeit – mehr als Beschäftigung? Zur arbeitssoziologischen Kapitalismuskritik, In : Dörre, Klaus; Sauer, Dieter; Wittke, Volker (Hg.): Kapitalismustheorie und Arbeit: Neue Ansätze soziologischer Kritik. Frankfurt am Main: Campus, 34–62

Oechslen, Anna. (2020): Grenzenlose Arbeit? Eine Exploration der Arbeitskulturen von Crowdwork. *Berliner Blätter*, 82, 83–94. Abgerufen von <https://www2.hu-berlin.de/ifeojs/index.php/blaetter/article/view/1071>

ÖGB. <https://www.oegb.at/themen/soziale-gerechtigkeit/verteilungsgerechtigkeit/am-rande-der-existenz--was-es-in-oesterreich-bedeutet--arm-zu-se> (letzter Zugriff 10.08.2022)

Olafsen, Anja H; Halvari, Hallgeir; Forest, Edward L. Deci. (2015): Show them the money? The role of pay, managerial need support, and justice in a self-determination theory model of intrinsic work motivation. *Scandinavian Journal of Psychology*, 56(4), 447–57

Pongratz, Hans J; Voß, Günter G. (1997): Fremdorganisierte Selbstorganisation: Eine soziologische Diskussion aktueller Managementkonzepte. *Zeitschrift für Personalforschung*, 11(1), 30-53

Pongratz, Hans J; Bormann, Sarah. (2017): Online-Arbeit auf Internet-Plattformen. Empirische Befunde zum „Crowdfunding“ in Deutschland. *Arbeits- und Industriesoziologische Studien*, 10 (2), 158– 181. <https://doi.org/10.21241/ssoar.64850>

Pongartz, Hans J. (2020): Die Soloselbstständigen- was sie trennt und verbindet. Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, *Wirtschafts- und Sozialpolitische Zeitschrift WISO*, 43 (2), 11-34

Prassl, Jeremias. (2018): Humans as a Service: The Promise and Perils of Work in the Gig Economy. Oxford: Oxford University Press
Reddit. r/GigWork. <https://www.reddit.com/r/GigWork/> (letzter Zugriff 14.09.2022)

Risak, Martin. (2017): (Arbeits-) Rechtliche Aspekte der Gig- Economy. In: Lutz, Doris; Risak, Martin (Hg.): Arbeit in der Gig-Economy: Rechtsfragen neuer Arbeitsformen in Crowd und Cloud. ÖGB Verlag, 44-62

Risak, Martin; Lutz, Doris. (2017): Gute Arbeitsbedingungen in der Gig-Economy – was tun? In: Lutz, Doris; Risak, Martin (Hg.): Arbeit in der Gig-Economy: Rechtsfragen neuer Arbeitsformen in Crowd und Cloud. ÖGB Verlag, 352- 363

Robinson, Hilary C; Vallas, Stevan P. (2020): Variations in the lived experience of risk among ride-hailing drivers in boston, Paper presented at the 32nd SASE Annual Conference, Cologne: SASE

Ryan, Richard M; Deci, Edward. L. (2000): Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55, 68–78

Sardadvar, Karin; Saunders, Eva; Holtgrewe, Ursula. (2013): „Arbeitnehmer bist du irgendwie trotzdem...“ Grenzbereiche von Selbstständigkeit, Unselbstständigkeit und Scheinselbstständigkeit in der österreichischen Bauwirtschaft. FORBA

Schmidt, Florian A. (2017a): Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie: zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork. Gute Gesellschaft - Soziale Demokratie 2017plus. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung

Schmidt, Rudi. (2017b): "Taylorismus." In: Hirsch- Kreinsen, Hartmut; Minssen, Heiner (Hg.): Lexikon Der Arbeits- Und Industriesoziologie. 2. Auflage, Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft MbH & KG, 292-97

Schoeffer, Jakob; Machowski, Yvette; Kuehl, Niklas. (2021): Perceptions of fairness and trustworthiness based on explanations in human vs. automated decision-making. *arXiv preprint arXiv:2109.05792*

Schollas, Sabine. (2004): „Make it count „1: Selbstoptimierte Körper zwischen Gamification und Marketing. *Onlinejournal kultur & geschlecht* (12), 1-17

Schor, Juliet B; Attwood-Charles, William; Cansoy, Mehmet; Ladegaard, Isak; Wengronowitz, Robert. (2020): Dependence and precarity in the platform economy. *Theory and Society*, 49(5), 833-861

Schulze Buschoff, Karin. (2007). Neue Selbstständige im europäischen Vergleich: Struktur, Dynamik und soziale Sicherheit, edition der Hans-Böckler-Stiftung, No. 201, ISBN 978-3-86593-081-1, Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung

Schönefeld, Daniel. (2019): Kontrollierte Autonomie: Einblick in die Praxis des Crowdworking. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 43-83

Schörpf, Philip; Flecker, Jörg; Schönauer, Annika; Eichmann, Hubert. (2017): Triangular love–hate: Management and control in creative crowdworking. *New technology, work and employment*, 32 (1), 43-58

Schörpf, Philip. (2018): Am Puls der Zeit? Arbeitszeiten von Crowdworkern. In: Schönauer, Annika; Saupe, Bernhard; Eichmann, Hubert (Hg.): *Arbeitszeitlandschaften in Österreich: Praxis und Regulierung in heterogenen Erwerbslandschaften* Baden- Baden: Nomos, 245- 264

Schwarz, Anna. (2019): Crowdworking als neuer Modus selbstständiger Erwerbsarbeit? Eine Einordnung aus soziologischer Perspektive. In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): *Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle*. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 97- 127

Schweiger, Gottfried; Peitler, Michael. (2010): Umkämpfte Arbeit – Umkämpftes Leben. Kampf um Anerkennung im Kontext der Subjektivierung und Entgrenzung von Arbeit. In: Schweiger, Gottfried; Brandl, Bernd (Hg.): *Der Kampf um Arbeit: Dimensionen und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 337- 377

Silka, Konstantin; Zogaj, Shkodran; Bretschneider, Ulrich. (2015). Wie sollte die Crowd gesteuert werden? Identifizierung geeigneter Steuerungs-und Kontrollmechanismen für Crowdsourcing-Intermediäre. In: *Working Paper Series*, Nr. 11, Kassel, Germany

Smith, Chris. (2015): Continuity and Change in Labor Process Analysis Forty Years After Labor and Monopoly Capital. *Labor Studies Journal*, 3 (40), 222-42

Strube, Sebastian. (2019): Crowdwork: Digitale Tagelöhnerei oder Arbeit der Zukunft? In: Hensel, Isabell; Schönefeld, Daniel; Kocher, Eva; Schwarz, Anna; Koch, Jochen (Hg.): *Selbstständige Unselbstständigkeit: Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle*. Baden- Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 85-96

Strubing, Jörg. (2018): *Qualitative Sozialforschung: Eine komprimierte Einführung*. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110529920>

Taylor, Frederik W. (2012): *The Principles of Scientific Management*. Auckland: The Floating Press

Testbirds a.
https://nest.testbirds.com/faq/category/list?_ga=2.99881246.1699685512.1659952968-825262551.1659952968&_gac=1.182528724.1659960143.CjwKCAjw6MKXBhA5EiwANWL0DAuIojcSnXrWdaSJfYMAv8JTo2TxbQBv2Oc523eMz4Hzrg4Fli2r1xoC-fEQAvD_BwE#accordion_faq-81 (letzter Zugriff 08.08.2022)

Testbirds

b.

https://nest.testbirds.com/home/tester?_ga=2.264662863.1584070005.1660308566-825262551.1659952968&_gac=1.18025803.1659960143.CjwKCAjw6MKXBhA5EiwANWL0DAuLojcSnXrWdaSJfYMAv8JTo2TxbQBv2Oc523eMz4Hzrg4Fli2r1xoC-fEQAvD_BwE (letzter Zugriff 12.08.2022)

Thompson, Paul; Jones, Michael; Warhurst, Chris. (2007): From conception to consumption: creativity and the missing managerial link. *Journal of Organizational Behavior*, 28(5), 625–640. <https://doi.org/10.1002/job.465>

Upwork. <https://www.upwork.com/i/how-it-works/freelancer/> (letzter Zugriff 07.08.2022)

Upwork's Talent Badges. <https://support.upwork.com/hc/en-us/articles/360049702614> (letzter Zugriff 06.09.2022)

Van Den Broeck, Anja; Vansteenkiste, Maarten; Lens, Willy; De Witte, Hans. (2010): Unemployed individuals' work values and job flexibility: An Explanation from Expectancy-Value Theory and Self-Determination Theory. *Applied Psychology*, 59(2), 296–317

Vansteenkiste, Maarten; Neyrinck, Bart; Niemiec, Christoph P; Soenens, Bart; De Witte, Hans; Van Den Broeck, Anja. (2007): On the relations among work value orientations, psychological need satisfaction and job outcomes: A self-determination theory approach. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80(2), 251–77

Voß, Günther G.; Rieder, Kerstin. (2005): Der arbeitende Kunde: Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden, Frankfurt am Main, New York: Campus

Waitz, Thomas. (2017): Gig-Economy, unsichtbare Arbeit und Plattformkapitalismus. Über «Amazon Mechanical Turk». *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 9 (1), 178–183. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2140>

Wallace, Doris W; Gruber, Howard E. (1989): Creative people at work: Twelve cognitive case studies. Oxford University Press on Demand

Weber, Max. (1976): Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehenden Soziologie. 5. rev. Auflage, Studienausgabe, 9. - 13. Tsd. / besorgt von Johannes Winckelmann. Tübingen: Mohr

Wiener, Martin. (2022): Algorithmisches Management: Wenn Algorithmen zum „Boss“ werden. <https://vhbonline.org/ueber-uns/100-jahre-vhb/100-schlaglichter-der-bwl/algorithmisches-management> (letzter Zugriff 31.08.2022)

Wood, Alex J; Graham, Mark; Lehdonvirta, Vili; Hjorth, Isis. (2019): Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75. <https://doi.org/10.1177/0950017018785616>

Woodcock, Jamie; Johnson, Mark R. (2018): Gamification: What it is, and how to fight it. *The Sociological Review*, 6 (3), 542-558

YouTube. 99designs. <https://www.youtube.com/user/99designs/playlists> (letzter Zugriff 27.09.2022)

99designs. <https://99designs.at/social-media-page-design> (letzter Zugriff 05.08.2022)

99designs. (2019): Nutzungsbedingungen. <https://99designs.at/legal/terms-of-use> (letzter Zugriff 05.09.2022)

Anhang

Interviewleitfaden

- I. Kurze Vorstellung und Erläuterung des Themas
- II. Einverständniserklärung
- III. Zusätzliche Informationen
Aufnahme beginnen

Folgend dargestellt sind die Leitfragen mit den thematisch passenden Nachfragen. Sollte es im Gesprächsfluss passen, werden diese vorgezogen, andernfalls am Ende des Interviews gestellt.

Einleitung

1. Können Sie mir einen allgemeinen Überblick über Ihren bisherigen Bildungs- und Berufsverlauf geben.
2. Können Sie einen kurzen Überblick geben, wie, wann und warum Sie zur Plattformarbeit gekommen sind und was Ihre ersten Berührungspunkte dabei waren?
3. Was hat die Plattformarbeit in Ihren Augen attraktiv gemacht?
4. Erzählen Sie mir bitte, was ihr erster Auftrag war und wie dieser zustande gekommen ist.
5. Wie haben Sie die erste Zeit auf der Plattform erlebt, was ist Ihnen dabei besonders in Erinnerung geblieben?

Wie würden Sie Ihren derzeitigen Berufsstatus bezeichnen, bzw. anderen erklären?

Wie gestaltet sich der Zugang und der Registrierungsprozess und welche Voraussetzungen muss man mitbringen bzw. nachweisen und wie lange dauert der Prozess in etwa?

Welche Qualifikationen und (technischen) Voraussetzungen muss man für die Plattformarbeit mitbringen?

Sind Sie bei mehreren Plattformen angemeldet, wenn ja wie ist es dazu gekommen und sind alle Arbeitsplattformen im selben Bereich (Kreativwettbewerbe/ Freelancing)?
Auch nachfragen ob eine Abhängigkeit empfunden wird.

Die Auftraggeber*innen

6. Wie funktioniert der Prozess, dass Sie zu Ihren Aufträgen kommen, und welche Möglichkeiten haben Sie dabei in Bezug auf Selbstbestimmung?

7. Aufgrund welcher Attribute entscheiden Sie, ob Sie einen Auftrag annehmen oder nicht? (evtl. nachfragen wegen Zeitdruck und Konkurrenzgedanken)
8. Welchen Ansatz verfolgen Sie bei der Bearbeitung (z.B. mehrere Aufträge gleichzeitig oder einzeln)?
9. Welche Richtlinien müssen Sie einhalten, wenn Sie einen Auftrag annehmen?
10. Gibt es z.B. einen zeitlichen oder kreativen Rahmen, der Ihnen vorgegeben wird und werden die Aufträge direkt auf der Plattform erledigt?
11. Welche Rolle würden Sie den Plattformen in dem Prozess zusprechen?
12. Welche Rolle würden Sie den Auftraggeber*innen in dem Prozess zusprechen?

Können Sie immer feststellen, wer Ihre Auftraggeber sind, und ist dies ein wichtiges Kriterium für Sie?

Arbeitszeit

13. Wie viel Zeit würden Sie schätzen bringen Sie in der Woche mit Cloudworking zu?
14. Wie verteilen Sie die Zeit und entscheiden, wann Sie ein Projekt bearbeiten?
15. Müssen Sie erreichbar sein, wenn Sie ein Projekt bearbeiten, wenn ja wie gestaltet sich diese Erreichbarkeit?
16. Wie sieht die Situation aus, wenn Sie krank sind oder Urlaub machen wollen und haben Sie prinzipiell Zeiten, wo Sie keine Projekte annehmen? (Freizeit)
17. Was passiert, wenn Sie einen Auftrag nicht fristgerecht bearbeiten können?

Arbeitskontrolle

18. Was passiert, wenn jemand mit Ihrer Arbeit nicht zufrieden ist? Ist das schon mal passiert?
19. Wird Ihre Projekt vor der Abgabe nochmals korrigiert/ begutachtet von einer dritten Partei?
20. Haben Sie das Gefühl, dass gewisse Verhaltensweisen ihre Auftragslage beeinflussen? (z.B. Login- Zeiten, Geschwindigkeit, Anzahl an Projekten, ...)
21. Erklären Sie bitte kurz, wie das Bewertungssystem auf der Plattform (den Plattformen) gestaltet ist?

22. Welche Bedeutung hat dieses Bewertungssystem für Sie?
23. Inwiefern fühlen Sie sich in Ihrer Arbeit durch das Bewertungssystem beeinflusst?
24. Gibt es Mechanismen, die Sie in Ihrer Arbeit einschränken, wenn ja welche sind das?

Kommunikation

25. An wen können Sie sich wenden, wenn Sie Schwierigkeiten haben?
26. Haben Sie die Möglichkeit sich mit anderen Cloudworker*innen auszutauschen, wenn ja welche sind diese?
27. Wie sehen Sie diese anderen Cloudworker*innen auf der Plattform? (Konkurrenz, Kolleg*innen, ...)
28. Wie sieht der Kontakt/ Austausch mit der Plattform und den Auftraggeber*innen aus?

Bezahlung

29. Können Sie mir erklären, wie Sie zu Ihrer Preisgestaltung kommen? Hängt das vom Rating ab oder Preisdruck usw.?
30. Würden Sie sagen, dass Sie mit Cloudworking ihren gesamten Lebensunterhalt finanzieren könnten?
31. Wie viel trägt das Cloudworking Prozentuell zu Ihrem Einkommen bei und was würden Sie sagen ist dabei Ihr ungefährender Stundenlohn?

Allgemeines und Soziodemografie

32. Was ist ein Beispiel für eine positive Erfahrung, die Sie im Cloudworking gemacht haben?
33. Was ist ein Beispiel für eine negative Erfahrung, die Sie im Cloudworking gemacht haben?
34. Haben Sie das Gefühl, dass Sie ein Mitspracherecht haben, wenn wie äußert sich dieses (oder eben nicht)?
35. Geschlecht, Alter, höchste abgeschlossene Schulbildung, Beruf

Würden Sie sagen, dass Sie zufrieden sind, und werden Sie auch weiterhin als Cloudworker*in tätig sein?

Würden Sie sich als Selbstständige*n bezeichnen, würden Sie lieber festangestellt sein?

IV. Ende der Leitfragen → Zeit für Nachfragen

****Beenden der Aufnahme****

V. Kurzes Nachgespräch

Abstract (Deutsch)

Die folgende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage nach Autonomiespielräumen und dem Einfluss von Kontrollmechanismen im Cloudworking. Der Fokus liegt dabei auf der Wahrnehmung der Befragten hinsichtlich des Vorhandenseins von Handlungsspielräumen, Handlungsalternativen, der Teilhabe an Entscheidungen und wie diese von den Cloudworker*innen genutzt werden. Des weiteren wird untersucht inwiefern verschiedene Kontrollinstrumente jene Autonomiespielräume einschränken und welche Problemlösungsstrategien sich die Auftragnehmer*innen angeeignet haben. Um diese Thematik zu untersuchen wurden 3 Interviews mit Cloudworker*innen von verschiedenen Arbeitsplattformen geführt, die als Logo- Designer*innen tätig sind. Die Leitfadeninterviews wurden dann durch die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring unter Bildung von deduktiven- und induktiven Kategorien ausgewertet. Es konnte gezeigt werden, dass vor allem Unsicherheitszonen in Bezug auf die Funktionalität der Algorithmen bestehen, welche durch Informationsasymmetrie und Intransparenz ausgelöst werden. Zudem sind die monatlichen Einkommen instabil und in der ersten Zeit auf der Plattform sehr niedrig. Die Handlungsalternativen werden durch die Infrastruktur der Plattformen systematisch und automatisiert eingeschränkt. Handlungsspielräume sind etwa im Bereich der freien Zeiteinteilung oder der Annahme von Aufträgen gegeben, aber durch Zeitdruck, Erreichbarkeit und Angst vor Sanktionen beschränkt. Da die Auftragnehmer*innen nicht als Angestellte gelten, unterliegen sich auch nicht den regulären Arbeitsschutzbestimmungen oder den kollektivvertraglichen Bestimmungen. Seitens der Befragten gibt es keine Bestrebungen hinsichtlich Teilhabe an Mitbestimmung oder einer festen Anstellung bei den Arbeitsplattformen. Das System der indirekten und automatisierten Kontrolle, schränkt die Autonomie der Auftragnehmer*innen klar ein und sollte durch erhöhte Transparenz und vor allem durch Regulierung verbessert werden, um eine gesunde und stabile Arbeit zu ermöglichen.

Schlagwörter: Cloudworking, Arbeitsplattformen, Autonomie, Kontrolle, algorithmisches Management

Abstract (Englisch)

This thesis deals with the question of autonomy and the influence of control mechanisms in cloudworking. The focus lies on the perception of the interviewees regarding the existence of room for maneuver, alternative actions, participation in decision-making and how these are utilized by the cloudworkers. Furthermore, it will be investigated, to which extent various control instruments restrict this autonomy and which problem-solving strategies the contractors have adopted. To investigate this topic, three interviews were conducted with cloudworkers from different work platforms who work as logo designers. The guided interviews were then analyzed with the qualitative content analysis according to Mayring, by forming deductive and inductive categories. The results showed that the main areas of uncertainty regarded the functionality of the algorithms. These are triggered by information asymmetry and intransparency. In addition, monthly incomes are unstable and very low when initially joining the platform. The alternatives for action are systematically and automatically restricted by the infrastructure of the platforms. There is room for maneuver, for example, in the area of free time allocation or the acceptance of orders, but this is limited by time pressure, accessibility and fear of sanctions. Since the contractors are not considered employees, they are not subject to the regular labor protection regulations or the provisions of collective agreements. The interviewees showed no efforts regarding participation in co-determination or permanent employment with the work platforms. However, the system of indirect and automated control clearly restricts the autonomy of the contractors and should be improved through increased transparency and above all through regulation to enable a healthy and stable work environment for all.

Keywords: Cloudworking, work platforms, autonomy, control, algorithmic management