

Aktuelle Forschungsergebnisse aus dem Institut Arbeit und Qualifikation

Thomas Haipeter und Fabian Hoose

Interessenvertretung bei Crowd- und Gigwork

Initiativen zur Regulierung von
Plattformarbeit in Deutschland

2019

05

Auf den Punkt ...

- Die Plattformökonomie bricht mit traditionellen betrieblichen Organisationsformen von Arbeit und geht mit atypischen Beschäftigungsformen – Crowdwork und Gigwork – einher.
- Plattformen erschweren den Aufbau kollektiver Interessenvertretungsstrukturen, weil ihnen die betrieblichen Strukturen und damit die Kopräsenz und direkte Kommunikation zwischen Beschäftigten fehlen.
- Dennoch finden sich Initiativen von Beschäftigten und Gewerkschaften zu Etablierung von Interessenvertretungsstrukturen in der Plattformökonomie.
- Plattformen erweisen sich dafür wegen des Widerstands von Unternehmen, aber auch wegen der Erreichbarkeit von Beschäftigten als schwieriges Terrain. Gewerkschaften müssen daher bei ihren Initiativen Kosten und Nutzen abwägen.
- Gigwork und die lokale Gebundenheit von Dienstleistungen begünstigen Bottom-Up-Initiativen von Beschäftigten.

1 Einführung

Der Einsatz digitaler Technologien bei der Organisation und Verteilung von Arbeit verändert traditionelle Beschäftigung und lässt darüber hinaus auch gänzlich neue Formen von Erwerbsarbeit entstehen. Mit der Etablierung digitaler, internetbasierter Plattformunternehmen treten dabei im Austauschprozess von Arbeitsangebot und -nachfrage neue intermediäre Akteure auf. Die Plattformökonomie gilt als eine der größten Herausforderungen für die Arbeitsregulierung in den entwickelten politischen Ökonomien. Demnach könnte Plattformarbeit eine neue Ära der Arbeitsorganisation und -regulierung einläuten, die grundlegend mit den traditionellen Arbeits- und Beschäftigungsformen und ihrer betrieblichen Organisation bricht.

Plattformvermittelte Arbeit als „logged labour“ (Huws 2016) zeichnet sich demzufolge dadurch aus, dass sie quantifiziert und standardisiert ist, stark technologisch überwacht und kontrolliert wird und eine Verbindung zu einer Online-Plattform erfordert. Ihre Sprengkraft für die Arbeitsregulierung entwickelt sie dadurch, dass Beschäftigung im Normalarbeitsverhältnis in prekäre Selbstständigkeit transformiert wird, dass sie ein weltweites Offshoring von Aktivitäten begünstigt, dass sie die Markteintrittsbarrieren senkt und neue Konkurrenz zwischen Arbeitskräften schafft und dass sie eine Vermarktlichung der Arbeit, beispielsweise durch Reputations- und Bewertungsverfahren, fördert (vgl. Drahekoupil/Fabo 2016).

Die Rolle der Plattformen geht dabei über diejenige des reinen Arbeitsvermittlers weit hinaus. Sie nutzen die „Crowds“, also jeweils eine Vielzahl von potenziellen Auftragnehmern, zur Etablierung ihrer Geschäftsmodelle und sind gleichsam auch die Initiatoren dieser Ansammlungen von Arbeitssuchenden. Durch Plattformregeln „orchestrieren“ (Dickel/Thiem 2018: 252) die neuen Intermediäre die Bezahlung, Kontrolle und Zugänge zu Arbeitsmöglichkeiten. Damit werden von den Plattformen die Arbeitsbedingungen (vor)strukturiert.

Weil bei der Vermittlung von Arbeitstätigkeiten über Online-Plattformen auch bislang innerhalb von Unternehmen vorgenommene Tätigkeiten an eine Crowd ausgelagert bzw. outsourced werden, hat sich für diese Art der Arbeitsvermittlung der Begriff „Crowdsourcing“ (Howe 2006) etabliert. Allerdings ist mit näherem Blick auf verschiedene Plattformen mittlerweile eine enorme Bandbreite unterschiedlicher Geschäftsmodelle festzustellen, die sich auch mehr oder weniger direkt auf die Strukturierung von Arbeit durch die Plattformen auswirken. Obwohl es bei diesen Anbietern jeweils eine Ähnlichkeit des Prinzips gibt, über eine Online-Plattform Anbieter und Nachfrager von Arbeit zusammenzubringen, unterscheiden sich die einzelnen Plattformen zum Teil recht deutlich voneinander.

Gegenüber anderen Plattformunternehmen, welche diverse Güter (Handelsplattformen wie Amazon), Geld (sog. Crowdfunding-Plattformen wie Kickstarter) oder Informationen (Suchmaschinen wie Google) anbieten, wird auf „Arbeitsplattformen“ (Schmidt 2016: 6) Arbeit für bezahlte Dienstleistungen vermittelt. Dabei können zwei grundsätzliche Unterscheidungsmerkmale ausgemacht werden: Einerseits kann unterschieden werden, ob die vermittelten Tätigkeiten digital und online erledigt werden (cloudwork), oder ob es sich dabei um örtlich gebundene Arbeitsaufgaben (gigwork) handelt (vgl. Kirchner 2019). Zum anderen kann auf den Plattformen die Vermittlung von Aufgaben an Individuen erfolgen oder es kann eine Ausschreibung von Arbeitsaufgaben an eine (auch unbestimmte) Mehrzahl an Personen geben. Diese Mitglieder der Crowd können sich dann auf die Erledigung der jeweiligen Aufgabe bewerben. Gerade bei einfachen und wenig komplexen Tätigkeiten, den sog. Mikroaufgaben (vgl. Gerber/Krzywdzinski 2017: 6), sind dabei weniger bestimmte Qualifikationen als vielmehr eine zeitnahe Reaktion auf Ausschreibungen ausschlaggebend für die Zuteilung von Arbeitsaufträgen an die Crowdworker. Zudem gibt es auf vielen Plattformen Ranking-Systeme, durch die besser platzierte oder bewertete Crowdworker Zugang zu lukrativeren Arbeitsaufträgen erhalten. Die genauen Regelungen und Bewertungskriterien sind dabei für die Mitglieder der Crowd nicht immer überschaubar, zudem scheinen Plattformregeln auch einseitig durch die Plattformbetreiber veränderbar zu sein.

Den Plattformen kommt dabei zugute, dass sie Arbeitsaufträge in der Regel an (Solo-)Selbstständige vermitteln und es somit auf der Seite der Crowd keine betrieblichen Mitbestimmungsrechte oder auch Informationspflichten gibt. Dies, in Kombination mit den ebenfalls ausbleibenden Versorge- und Absicherungsmechanismen bspw. in Bezug auf Verdienstauffälle im Krankheitsfall oder bei ausbleibenden Bezahlungen für bereits erbrachte Arbeitstätigkeiten, führt dazu, dass die Bedingungen, unter denen Plattformarbeit geleistet wird, kritisiert (vgl. z.B. Pongratz/Bormann 2017: 171; Klebe 2017) oder sogar in die Nähe prekärer Beschäftigung gerückt werden (vgl. Lorig 2015; Strube 2015).

Für gewerkschaftliche und betriebliche Interessenvertretungen stellen sich damit zwei grundlegende Herausforderungen. Die erste Herausforderung betrifft die arbeits- und sozialrechtliche Absicherung der Beschäftigten gerade im Bereich des Crowdworking, die nach bisherigem deutschen Recht als Selbstständige betrachtet werden und daher weder die arbeitsrechtlichen noch die sozialrechtlichen Ansprüche von Arbeitnehmern geltend machen können, auch wenn sie sich faktisch in einer abhängigen Selbstständigkeit befinden sollten (vgl. Däubler 2015). In dieser Situation fordern die Gewerkschaften eine Ausweitung des Arbeitnehmerbegriffs, so dass davon auch Solo-Selbstständige erfasst werden, die auf Plattformen arbeiten

(vgl. Greef/Schroeder 2017). Gewerkschaften gehen dieses Problem rechtlicher Institutionen also mit Mitteln des politischen Lobbying an.

Noch vitaler für die Gewerkschaften ist hingegen die zweite Herausforderung, nämlich die Vertretung der arbeitsbezogenen Interessen von Plattformbeschäftigten und ihre Organisierung als Mitglieder in den Gewerkschaften. Beide Aspekte hängen eng zusammen, denn nur als wirkungsvolle Interessenvertretungen können sich die Gewerkschaften bei den Plattformbeschäftigten profilieren, und gleichzeitig können sie diese nur wirkungsvoll vertreten, wenn sie sich dabei auch auf Organisationsmacht stützen können. Die Bedingungen dafür wiederum sind bei der Plattformarbeit problematisch (dazu auch Benner 2014a; Kramer 2018). Denn erstens sind Plattformen keine echten Arbeitgeber oder können darauf verweisen, dass sie nur Arbeit vermitteln; zweitens fördert Plattformarbeit individualisierte Arbeitsbeziehungen; und drittens weist Plattformarbeit keine betrieblichen Strukturen auf. Deshalb gibt es weder Kopräsenz und Austausch zwischen den Beschäftigten über mögliche Arbeitsprobleme, noch können die Beschäftigten zumindest im Bereich des Crowdfunding – bei den ortsgebundenen Gigworkern kann sich dies anders darstellen – nach aktueller Rechtslage durch Betriebsräte vertreten werden, sei es, weil sie Solo-Selbstständige sind, sei es, weil sie keinen Betrieb bilden. Damit entfallen die sozialen Kontexte, die üblicherweise Gewerkschaftsmitgliedschaft begünstigen. Erschwerend kommt hinzu, dass Plattformen zumeist transnationalen Charakter haben und sie ihre Beschäftigten weltweit rekrutieren.

Dennoch lassen sich im Bereich der Plattformwirtschaft erste Initiativen feststellen, die die Interessenorganisation und -vertretung von Crowd- und Gigworkern zum Ziel haben. Zu unterscheiden ist dabei zwischen gewerkschaftlich organisierten Initiativen auf der einen und von den Beschäftigten ausgehenden („grass roots“) Initiativen auf der anderen Seite. Drei derartige Initiativen sollen im Folgenden eingehender beleuchtet werden: Die Initiative Fair Crowd Work der IG Metall (in Kooperation mit anderen Gewerkschaften), die Beratung für Selbstständige der Dienstleistungsgewerkschaft Verdi und die Initiative zur Gründung von Betriebsräten bei Essenslieferdiensten. Empirische Grundlage sind Internetrecherchen, Sekundäranalysen und Experteninterviews, die mit Verantwortlichen der Initiativen geführt wurden und die im Rahmen des EU-Forschungsprojekts „Don’t Gig Up“¹ durchgeführt wurden.

Mit dem exemplarischen Blick auf diese drei Initiativen möchte der vorliegende Report folgenden Fragen nachgehen: Wie gehen die Gewerkschaften und die Beschäftigten mit den oben

¹ Das Forschungsprojekt wird von EG 5 der EU finanziert und von der Brodolini-Stiftung in Italien koordiniert, siehe auch <http://www.fondazionebrodolini.it/en/projects/don-t-gig-extending-social-protection-gig-workers-europe>.

skizzierten Herausforderungen von Plattformarbeit um? Welche Ansatzpunkte einer aktiven Interessenvertretungspolitik und Organisierung gibt es trotz der ungünstigen Bedingungen? Und welche Initiativen entfalten die Beschäftigten möglicherweise selber?

2 Crowd- und Gigwork in Deutschland

Obgleich die derzeitige empirische Bedeutung plattformvermittelter Arbeit noch als begrenzt angesehen werden kann (vgl. Erdsiek et al. 2018: 7ff.), haben Analysen von Crowd- und Gigwork bei der Untersuchung des digitalisierungsgetriebenen Wandels von Arbeit mittlerweile einen festen Platz eingenommen. Dies liegt einerseits darin begründet, dass zwar die Zahl der hauptberuflich über Plattformen Arbeitenden (in Deutschland) gering ist², Crowdwork als zusätzlicher Nebenverdienst jedoch durchaus verbreitet ist. So geht Serfling (2018: 13) nach einer Befragung von 376.750 Internetnutzer_innen von einem Anteil von bis zu 4,8% aktiver Crowdworker unter der Wahlbevölkerung Deutschlands aus. Auch die z.T. von den Plattformen selbst verbreiteten Nutzerzahlen deuten durchaus auf eine relevante Anzahl aktiver Plattformarbeiter_innen hin³.

Doch nicht nur die Zahl der Crowdworker ist ein Indiz für die Bedeutung plattformvermittelter Arbeit: Hoffmann/Suchy verweisen darauf, dass der Blick auf (wenige) hauptberufliche Crowdworker „völlig zu Unrecht“ (Hoffmann/Suchy 2016: 27) dazu führe, diese Form der Arbeitsorganisation als unbedeutend einzustufen. Seine Relevanz erhielt das Thema Crowdsourcing stattdessen vor allem daher, dass immer mehr Unternehmen mit traditioneller Arbeitsorganisation testen würden, inwieweit sie zumindest Teile ihrer Wertschöpfung über die Auslagerung auf Crowds restrukturieren können. Damit vermögen es plattformvermittelte Erwerbsformen, traditionelle und regulierte Beschäftigung (in Unternehmen) unter Druck zu setzen (vgl. hierzu Greef/Schroeder 2017; Altenried 2017). Gerade aus Reihen der (DGB-)Gewerkschaften gibt es daher Forderungen danach, „einen Wettbewerbsrahmen für Plattformen und einen Gestaltungsrahmen für Crowdwork“ (Hoffmann/Suchy 2016: 26) zu schaffen.

Ganz grundsätzlich kann zwischen zwei Tätigkeitsgruppen unterschieden werden, die über Plattformen vermittelt werden und die sich auf die Ausgestaltung der Plattform und der

² Belastbare Zahlen aktiver Crowd- und Gigworker zu erheben erweist sich jedoch als überaus schwierig; dies hat zur Folge, dass sich die Berechnungen und Schätzungen hier z.T. erheblich voneinander unterscheiden (Mrass/Peters 2017; Huws et al. 2017; Pongratz/Bormann 2017).

³ So gibt Clickworker.de, eine der größten deutschsprachigen Plattformen für die Vermittlung von Mikrotasks, eine Zahl von „über 1,5 Millionen Clickworkern“ (<https://www.clickworker.de/ueber-uns/unsere-crowd-die-clickworker/>, zuletzt abgerufen am 17.04.2019) an.

dortigen Arbeitsbedingungen auswirkt: Zu finden sind „einerseits standardisierte, in kleine Arbeitspakete heruntergebrochene Routine- und Unterstützungsaufgaben wie Textproduktion, Datenkategorisierung oder Umfragen (sogenannte Mikroaufgaben); andererseits kreative Lösungen, die ebenfalls relativ standardisiert sein können – wie teilweise im Design-Bereich – oder aber hochgradig spezialisiert und wissensintensiv sind wie im Bereich der Programmierung oder Innovation (sogenannte Makroaufgaben)“ (Gerber/Krzywdzinski 2017: 6). Leimeister et al. (2016a) konnten zeigen, dass die meist recht jungen Crowdworker (36 Jahre im Durchschnitt) häufig auf mehreren Plattformen zugleich aktiv sind und für sie relativ geringe Verdienstmöglichkeiten bestehen. Zu ähnlichen Befunden kommen Bertschek et al. (2015: 9), nach deren Befunden 69% der Crowdworker unter 19 Euro pro Woche verdienen. Die Mehrheit (65%) erhält zudem für einen erledigten Arbeitsauftrag durchschnittlich weniger als zwei Euro. Auffällig ist das durchaus hohe Bildungsniveau der Befragten (vgl. Leimeister et al. 2016a: 72f.). Allerdings ist Crowdwork für die Mehrzahl der so Beschäftigten auch nicht die hauptsächliche Einkommensquelle. Zumeist wird Crowdwork genutzt, um einen (schnellen) Nebenverdienst zu ermöglichen, ohne dass zwingend spezielle Kenntnisse oder berufsfachliche Qualifikationen notwendig sind.

Gerade für die Gruppe derjenigen, deren Haupteinnahmequelle die Plattformarbeit ist, können sich die oftmals einseitig auf die Belange der auftraggebenden Unternehmen abzielenden Plattformregeln als problematisch erweisen. Den Auftraggebern liefern die Plattformen häufig viele Informationen über die potentiellen Bearbeiter von Tätigkeiten, z.B. indem diese mittels verschiedener Bewertungssysteme in einem Ranking geführt werden. Im Gegenzug können sich die Crowdworker ihrerseits jedoch nur in engen Grenzen ein Bild über die Auftraggeber machen. Dies führt insbesondere dann zu Problemen, wenn Zahlungen für erledigte Tätigkeiten zurückgehalten werden (z.B. weil die Vergabe über Wettbewerbe organisiert wird, bei denen nur ausgewählte Arbeitsergebnisse bezahlt werden). Wie im Folgenden exemplarisch anhand dreier Beispiele gezeigt wird, haben sich unter anderem aus derartigen Beweggründen verschiedene Initiativen entwickelt, welche diese Machtungleichgewichte abzubauen versuchen.

3 Fair Crowd Work

Die wohl aufwändigste gewerkschaftliche Initiative der Verbreitung von Interessenvertretungsstrukturen in der Plattformökonomie ist die Initiative Fair Crowd Work der IG Metall, welche im Jahr 2015 startete. Kurz zuvor hatte die heutige Zweite Vorsitzende der Gewerkschaft, Christiane Benner, ein Buch mit dem Titel „Crowdwork – Zurück in die Zukunft? Perspektiven digitaler Arbeit“ (Benner 2014b) herausgegeben. Dieses Buch hat die gewerkschaftliche Debatte

über Crowdwork eröffnet und geprägt. In dem Buch nennt die Herausgeberin drei Gründe, warum Gewerkschaften sich mit Crowdwork beschäftigen sollten: Weil die Arbeit in der Online-Welt Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen aller Beschäftigten haben wird; weil auch Online-Arbeit Arbeit ist, die fair entlohnt und reguliert werden sollte, und weil es gelte, einen sozialen Rückschritt zu verhindern, der die Gesellschaft an den Beginn des Industriezeitalters zurückwerfen könnte. Sie fordert, dass Schutzrechte des Wirtschaftslebens wie Urheberrechte und Allgemeine Geschäftsbedingungen auch für Crowdworker gelten müssen, dass Schutzrechte für Beschäftigte auf Crowdworker Anwendung finden oder dahingehend erweitert werden müssen und dass damit digitale Arbeit rechtlich zu gestalten ist, um Mindestbedingungen durchsetzen zu können. Ausdrücklich geht es damit nicht um eine Verhinderung digitaler Arbeit, sondern um ihre soziale Regulierung.

Zeitgleich hat die Gewerkschaft eine erste Version einer Webseite mit dem Titel „Fair Crowd Work“ entwickelt und online gestellt. Dabei knüpfte sie an das Browser-Plug-In „Turkopticon“ an, das als Reaktion auf die Plattform „Amazon Mechanical Turk“ entwickelt wurde (vgl. Silberman/Irani 2016; Ellmer 2016) und auf dem Crowdworker ihre Auftraggeber bewerten können mit dem Fernziel, eine „Workers‘ Bill of Rights“ zu etablieren. Einer der Vordenker von „Turkopticon“, M. Six Silberman, wechselte wenig später zur IG Metall und übernahm die Betreuung der Plattform ‚Fair Crowd Work‘⁴.

“The general goal behind the website’s design was to create a place for workers to post and read reviews of digital labor platforms. The target users were current or prospective platform workers who would like to make better-informed decisions about which platforms on which to work. The platform reviews on this original site had two main sections: worker reviews and a ‘terms of service check.’” (Harmon/Silberman 2018: 1283)

Im selben Jahr noch wurde das Konzept der Webseite überarbeitet, und ein Jahr später konnte eine zweite Fassung der Seite ins Netz gestellt werden. Die entscheidende Änderung bestand darin, die Methode der Erhebung zu wechseln. In der ersten Fassung wurde die Bewertung direkt von den Besuchern abgegeben. Die einzige Voraussetzung dafür war, sich auf der Webseite mit einer E-Mail-Adresse anzumelden; gesicherte Informationen darüber, ob die Bewertenden tatsächlich jemals auf einer Plattform gearbeitet haben, gab es nicht. Dieses Verfahren erschien nicht mehr rechtssicher genug. Der Hintergrund für diese Annahme war die gerichtliche Klage eines Zahnarztes, der gegen eine Bewertung seiner Praxis im Netz geklagt hatte mit dem Argument, dass er den Bewerter, der ihn schlecht bewertet hat, niemals behandelt oder auch nur

⁴ Im Internet ist die Plattform unter <http://faircrowd.work> zu erreichen (Stand Mai 2019).

gesehen hatte. Das Gericht hat in diesem Fall für den Kläger entschieden, das Rating musste gelöscht werden. Diese rechtlichen Probleme sollten vermieden werden.

Deshalb wurde in der zweiten Fassung ein neuer Zugang entwickelt, nämlich eine Befragung der Beschäftigten auf Plattformen. Dazu wurden Plattformen angefragt, sofern sich die Fragebögen dort nicht von außen einstellen ließen, und die meisten der Plattformen – außer als gewerkschaftskritisch bekannte Plattformen wie Amazon und Uber – haben auch zugesagt. Die IG Metall entschloss sich, den Antwortenden für diese Befragung Geld zu bezahlen. Zum einen sollte damit ein guter Rücklauf sichergestellt, zum anderen sollte dem Charakter des Crowdwork Rechnung getragen werden, mit Clicks Geld zu verdienen. Dabei wurden die Tarife den Gepflogenheiten der Plattformen angepasst; sie lagen zwischen 10 und 14 Euro. Die Fragebögen wurden dann von der IG Metall ausgewertet und auch einem Konsistenztest unterzogen, erst dann wurden die Rankings bearbeitet. Die Zahl der eingegangenen Fragebögen wies eine Spanne von 25 bis 150 pro Plattform auf. Die Befragung war nicht repräsentativ, aber sie lieferte Ergebnisse, die es sonst nicht gab.

*„Wir hatten im Jahr 2016 eine große Veranstaltung beim ETUI in Brüssel, dort haben sich die Leute alle beklagt, dass man nichts über die Crowdworker weiß, dass man an die Leute nicht herankäme. Und ich konnte auf der Basis unserer Plattform sagen: Leute, das stimmt so nicht, man kommt an die Leute heran. Es ist nicht einfach, man muss sich etwas einfallen lassen, aber es ist möglich. Und auch die Plattformen machen zum Teil mit. Also, die Botschaft war: Wir sind nicht chancenlos. Und wir haben entschieden, wir wollen jetzt mehr mit den Plattformen reden.“ (Expert*in IG Metall)*

Die so nicht erwartete Dialogbereitschaft der Plattformen gab den Anstoß dafür, den Dialog auszuweiten. Die IG Metall entschied sich, neben die Ratingplattform und die Befragung ein zweites Standbein der gewerkschaftlichen Strategie zu stellen, die direkte Einflussnahme auf die Plattformen. Ein wichtiger Anknüpfungspunkt dafür war der Code of Conduct für Plattformen, der im Jahr 2015 von einigen Plattformen in Deutschland vereinbart worden war, um den schlechten öffentlichen Ruf der Plattformen zu verbessern. Der mittlerweile in einer zweiten Version von acht Plattformen unterzeichnete Code of Conduct hat laut Präambel das Ziel, „ergänzend zur Gesetzgebung allgemein gültige Leitlinien für das eigene Handeln im Rahmen von bezahlter Crowdarbeit zu etablieren und so eine Basis für ein vertrauensvolles und faires Miteinander zwischen Plattformbetreibern und Crowdworkern zu schaffen“⁵. Er enthält Punkte wie die Konformität mit rechtlichen Vorgaben, faire – insbesondere transparente – Bezahlung,

⁵ Der Code of Conduct ist einsehbar unter <http://www.http://crowdsourcing-code.de/> (zuletzt abgerufen am 02.05.2019).

gute Arbeit, respektvoller Umgang, klare Zielvorgaben und vernünftige Zeitplanung, konstruktives Feedback, ein geregelter Bewertungsprozess und die Einhaltung des Datenschutzrechts und die Wahrung der Privatsphäre für die Beschäftigten.

Im Vorfeld der Diskussion mit den Plattformen hatte die IG Metall zusammen mit internationalen Gewerkschaften aus Österreich, Schweden, Dänemark sowie den USA und Kanada in Frankfurt einen Workshop abgehalten und im Anschluss die „Frankfurter Erklärung“ veröffentlicht (IG Metall et al. 2016), in der die Gewerkschaften für die Einhaltung des Mindestlohns, Zugang zu sozialer Sicherung, Transparenz und Schlichtungsverfahren plädierten. Mit diesen Punkten ging die IG Metall in Gespräche mit Vertretern der Plattformen, welche den Code of Conduct unterzeichnet hatten. Dabei betonte sie insbesondere die Rolle des Mindestlohns und forderte, dass man auch dann ein überlebensfähiges Einkommen haben müsse, wenn man nur von der Plattformarbeit lebe. Die Plattformen verwiesen auf zwei Probleme: die Schwierigkeit, Arbeitszeit zu messen, und die globale Konkurrenz bei Aufträgen. Außerdem wiesen sie darauf hin, dass der Lohn für Plattformarbeiter zweitrangig sei; es ginge vielmehr um Spaß und Abwechslung. Die IG Metall konnte vereinbaren, zu dieser Frage eine Befragung durchzuführen.

„Dann haben wir gesagt ok, lasst uns doch die Worker befragen, was für sie wichtig ist, und das haben wir dann auch gemacht. Da kam heraus, dass für die Worker faire Bezahlung die mit Abstand wichtigste Größe ist. Da haben die Plattformen gesagt, ok, das überrascht uns, dann müssen wir etwas tun.“ (Experte IG Metall)

Ein erster Schritt bestand darin, den Code of Conduct zu überarbeiten. Neu wurde das Prinzip eingeführt, dass die Plattformen nach den ortsüblichen Entgelten bezahlen. Das entsprach nicht der Forderung nach Einhaltung des Mindestlohns, wurde von der IG Metall aber als wichtiger erster Schritt gewertet.

„Unsere Forderung nach dem Mindestlohn haben sie nicht direkt aufgenommen und wir kämpfen weiter dafür; aber es war schon mal ein erster Schritt.“ (Experte IG Metall)

Die überarbeitete Fassung des Code of Conduct wurde 2017 präsentiert und gegenüber der ersten Version von fünf weiteren Plattformen unterschrieben. Ein zweiter wichtiger Schritt erfolgte dann ebenfalls im Jahr 2017, als die IG Metall mit den nun acht Unterzeichnern des Codes of Conduct und dem Deutschen Crowdsourcing-Verband (DCV) eine Ombudsstelle (Ombuds Office) eingerichtet hat, die die Umsetzung der Normen des Codes of Conduct sicherstellen und Konflikte zwischen Crowdworkern und Plattformen behandeln soll. Die Ombudsstelle ist mit fünf Personen besetzt, darunter zwei Vertreter der Plattformen (einer Plattform und des DCV), zwei Vertreter der Beschäftigten (einem Crowdworker und einem Vertreter der Gewerkschaft) und als neutraler Person einem Arbeitsrichter. Seit Eröffnung der Ombudsstelle

wurden rund 30 Verfahren behandelt; alle Verfahren konnten mit Einschaltung der Ombudsstelle im Konsens gelöst werden.

Aktuell verfolgt die IG Metall drei weitere Schwerpunkte in ihrer Crowdfunding-Initiative. Der erste Schwerpunkt ist die Ausweitung der Unterzeichnerliste des Code of Conduct; die Gewerkschaft spricht mit weiteren Plattformen auch aus dem Bereich des Gigworking und versucht sie zu überzeugen, den Code zu unterschreiben. Der zweite Schwerpunkt ist die Entwicklung einer dritten Fassung der Plattform Fair Crowd Work mit dem Ziel, einen Kriterienkatalog (FAQ) für eine gute Gestaltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu erarbeiten und dort einzustellen. Denn mit den AGBs entscheidet sich aus Sicht der Gewerkschaft nicht nur der Status der Beschäftigten, sondern auch die Arbeitsbedingungen mit Blick auf Transparenz und faire Behandlung und Kommunikation.

„Ich persönlich glaube, dass das eine weit wichtigere Frage ist als die Frage, ob die Crowdworker nun Beschäftigte oder Selbstständige sind. Diese Frage hängt letztlich an wenigen Punkten in den AGBs, und wenn die Plattformen die ändern, werden die Beschäftigten sicherlich als Selbstständige eingeordnet werden.“ (Experte IG Metall)

Aus Gewerkschaftssicht können die Plattformen somit relativ einfach dafür sorgen, dass die in der Crowd Tätigen formalrechtlich als Selbstständige gelten. Unabhängig vom rechtlichen Status der Crowdworker blieben Plattformen aber für die Gestaltung der Arbeitsbedingungen verantwortlich, weshalb den Plattformregeln, z.B. bezogen auf die Offenlegung von Auswahl- und Bewertungskriterien, mehr Beachtung gewidmet werden sollte.

Der dritte Schwerpunkt ist die Mitgliedergewinnung. Zwar hat die IG Metall viele Crowdworker angesprochen und auch einige hundert Gewerkschaftseintritte erreicht. Das ist zwar absolut keine große Zahl; angesichts fehlender betrieblicher Strukturen und betrieblicher Interessenvertretungen – die Mitgliedergewinnung ist das traditionelle Kerngeschäft der Betriebsräte – sind die Erfolge aber auch nicht gering zu bewerten. Dennoch sollen die Ansprache und die Mitgliederwerbung systematisiert werden. Auch dies soll auf der neuen Plattform eingerichtet werden. Zugleich soll die Werbung auf den Kanälen der sozialen Medien intensiviert werden.

„Dieses Jahr wollen wir unsere systematische Ansprache auf der Plattform verbessern. So dass die Leute sagen: Cool, das ist eine gute Sache, der schließe ich mich an, das ist für mich selber wichtig oder ich kann dazu beitragen, dass es dem Kollektiv besser geht. Dafür wollen wir auch in den Social Media aktiver werden und die entsprechend bedienen.“ (Experte IG Metall)

4 Selbstständigenberatung

In der Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di stand am Ausgangspunkt der Beschäftigung mit Crowdwork die Debatte um das interne Crowdsourcing und die Generation Open bei IBM, die etwa im Jahr 2012 geführt wurde (vgl. Boes et al. 2014). IBM hatte erstmals eine Plattform eingerichtet, auf der interne Mitarbeiter untereinander und mit externen Konkurrenten um Projekte konkurrieren sollten. Ver.di hat dazu ein „Berliner Crowdsourcing-Cloudworking-Papier“ verfasst (Ver.di 2012), in dem die Wahrung der Interessen von Nutzern und Beschäftigten im digitalen Wandel als Grundlage der Innovationspolitik betont wird. Dann geschah eine Weile wenig, bis sich die Gewerkschaft entschloss, zusammen mit Arbeitswissenschaftlern des ISF München und der Universität Kassel an einem Projekt über Crowdwork mitzuarbeiten, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert wurde. Die Zielsetzung dabei war aus Sicht der Gewerkschaft, Handlungsempfehlungen für Betriebsräte im Umgang mit Crowdwork zu erarbeiten. Das erwies sich aber als schwierig, weil es keine Informationen gab, welchen Umfang das Phänomen hat, wo im breiten Organisationsbereich der Gewerkschaft es auftaucht und für wen es überhaupt ein Problem ist. Deshalb wurde dann zunächst eine Befragung unter Betriebsräten und Gewerkschaftsmitgliedern durchgeführt.

„Bei der Befragung bei den Gewerkschaftssekretären hat man festgestellt, dass das Thema im Fachbereich 8, also das ist die alte IG Medien und der Bereich Journalismus, angekommen ist. Und im Fachbereich 9, der Telekom und den IT-Dienstleistungen, eben auch über dieses Beispiel IBM. Ansonsten, in der Organisation, aber nicht so richtig wahrgenommen wird.“ (Expertin 1 Ver.di)

Bei der Befragung zeigte sich auch, dass viele Betriebsräte mit dem Begriff der Plattformen noch wenig anfangen konnten und diese häufiger mit Social Media gleichgesetzt haben. Deshalb sieht die Gewerkschaft eine zentrale Aufgabe darin, die Betriebsräte für das Thema als möglicherweise wichtiges Zukunftsfeld zu sensibilisieren; allerdings ohne es zu dramatisieren, denn die Befragung hat auch ergeben, dass die Verbreitung von hauptberuflichem Crowdworking noch gering ist (vgl. Pongratz/Bormann 2017).

„Wir machen eine große Tagung für Betriebs- und Personalräte in Berlin, gemeinsam mit der IG Metall, ist wirklich eher eine Sensibilisierung für das Thema. Ohne jetzt zu sagen: Skandal, in wenigen Jahren werden Millionen von Menschen auf diesen Plattformen arbeiten. Sondern schon auch zu sagen: Naja, bis lang sind es relativ wenig, die Hauptberuflich da arbeiten.“ (Expertin 1 Ver.di)

Ein weiteres Ergebnis der Befragung war, dass die Auswahl von Aufträgen für die Crowdworker eine wichtige Frage ist und dass überhaupt großer Beratungsbedarf besteht. Deshalb hat sich die Gewerkschaft entschlossen, ein Beratungsangebot durch das Referat für Selbstständige zu organisieren. Das Referat hat dort traditionell die Betreuung von Journalisten übernommen, die häufig als Selbstständige für Verlage, Zeitungen und Zeitschriften arbeiten. Dort gab es deshalb sowohl eine fachliche Expertise für Fragen der selbstständigen Beschäftigung als auch eine hohe Sensibilität für das Thema. Das Referat hat schon länger nicht mehr nur Journalisten betreut, sondern auch andere Gruppen von Selbstständigen.

„Es sind jetzt nicht mehr nur Journalisten, die wir organisieren. Da sind schon noch viele andere Bereiche auch nach und nach dazu gekommen, auch aus anderen Branchen wie dem Bankgewerbe, der Telekommunikation oder auch der Gesundheitsdienstleistungen, wo Pflegekräfte über Plattformen vermittelt werden.“ (Expertin 1 Ver.di)

Das Referat macht inzwischen keine Unterschiede mehr bei der Betreuung zwischen Beschäftigtengruppen. Die zentrale Bedingung lautet, dass es sich um Solo-Selbstständige handelt, die keinen Arbeitnehmerstatus haben und selber keine anderen Erwerbspersonen beschäftigen. Darauf zielt auch die Ansprache, denn eine Erfahrung aus dem Forschungsprojekt war auch, dass die Crowdworker nicht als Arbeitnehmer_innen angesprochen werden wollen, sondern zu guten Teilen ein Selbstverständnis als Selbstständige aufweisen oder zumindest professionelle Orientierungen haben. Die Anschlussfähigkeit des Referats an die neue Fragestellung war auch deshalb hoch, weil es bereits ein ausgefeiltes Angebot im Internet gab, unter anderem eine Honorardatenbank, und auch ein Selbstständigen-Portal dort verwaltet wurde. Inhaltlich bezieht sich die Beratung auf Honorar-, Branchen-, Sozialversicherungs- oder Vertragsfragen, es wird aber auch Rechtsberatung geleistet. Für Gewerkschaftsmitglieder ist die Beratung kostenlos.

„Wir waren da eigentlich schon ganz gut gewappnet und haben sozusagen die Beratung dann eigentlich nur nochmal spezifiziert, eben für Plattformarbeiter.“ (Expertin 2, Ver.di)

Das Selbstständigenreferat ist in der Gewerkschaftsorganisation eine eigenständige Organisationseinheit mit einem eigenen Budget. Es betreut derzeit etwa 30.000 Selbstständige, die Mitglieder der Gewerkschaft sind. Ver.di ist allerdings eine komplexe Organisation, die zugleich nach verschiedenen Branchen und Sparten, den Fachbereichen organisiert ist. In dieser Matrixstruktur ist es auch wichtig, dass fachliche Kompetenzen in den Bereichen wie Finanzdienstleistungen, Telekommunikation oder dem Gesundheitswesen selber verankert sind. Das Selbstständigenreferat kooperiert mit den Fachbereichen, aber echte personelle Zuständigkeiten für das Thema gibt es dort noch nicht. In jedem Fall gibt es mit Blick auf die Organisation von Selbstständigen noch einiges zu tun.

„Wir sind 30.000 Mitglieder, Selbstständige, bei Ver.di. Das konnte konstant gehalten werden, was, wenn man die Entwicklung der der Gesamtorganisation anguckt, gut ist. Aber es gibt rund 2,1 Millionen Solo-Selbstständige circa in Deutschland. Also wir haben noch Potenzial.“ (Expertin 1 Ver.di)

Bei der Organisierung stellt sich für die Gewerkschaft freilich auch die Frage von Kosten und Ertrag. Dies gilt insbesondere für das Crowdwork, dessen quantitative Bedeutung gerade mit Blick auf Beschäftigte mit Hauptverdienst auf Plattformen offensichtlich eher über- als unterschätzt wurde. Online-Beschäftigte (Cloudworker) sind aus Sicht der Expertin erstens weniger zahlreich als Offline-Plattformbeschäftigte (Gigworker) beispielsweise im Gesundheitsbereich, und sie sind schlechter erreichbar und damit auch schlechter organisierbar.

„Weil meine Erkenntnisse aus dem Projekt wären eigentlich, dass die quantitative Bedeutung überschätzt wurde und dass man schon auch wirklich die Frage sich stellen muss, als Ver.di oder auch als IG Metall: Wie viel Ressourcen steckt man in die Organisierung von Crowdworkern rein? Die Hürde ist nicht, dass sie Selbstständige sind, sondern die Hürde ist der Online-Charakter. Von den Strategien ist es auch für Gewerkschaften wichtig zu unterscheiden.“ (Expertin 1 Ver.di)

Unabhängig davon versucht auch Ver.di, ähnlich der IG Metall, Gespräche mit den Plattformen aufzunehmen, um auf diese Weise Einfluss auf die Arbeitsbedingungen ausüben zu können. Das Ziel, mit Plattformen Haustarifverträge abzuschließen, steht zwar noch in weiter Ferne. Echte Verhandlungen gibt es noch nicht. Dennoch aber werden Gespräche zumindest mit einigen Plattformen geführt, die ihren Sitz in Deutschland haben; sie zeigen sich zumindest aufgeschlossen, mit der Gewerkschaft zu reden. Dabei geht es um Informationsaustausch, die Frage möglicher gemeinsamer Ziele und auch die Frage, wie und ob verbindlichere Regelungen zu den Arbeitsbedingungen möglich sind.

„So die Zielsetzung ist erstmal teilweise überhaupt sich kennen zu lernen. Dass die dann vielleicht erstmal wissen, was eigentlich Gewerkschaften machen und welche Ziele wir verfolgen.... Und die erklären uns erstmal, wie ihr Geschäftsmodell ist, wie es vielleicht auch aussieht mit der Transparenz Und dann natürlich auch so ein bisschen zu auszuloten, inwiefern man vielleicht auch zu gemeinsamen politischen Forderungen kommen kann. Also wenn die Plattformbetreiber auch gar kein Problem damit haben, sich zum Beispiel für so eine Erwerbstätigenversicherung einzusetzen, die Plattformarbeiter in die Sozialversicherung einbindet.“ (Expertin 2 Ver.di)

5 Betriebsratsgründungen

Die dritte Initiative betrifft Betriebsratsgründungen im Bereich der Essenslieferdienste. In Deutschland gibt es inzwischen ein breites Netz solcher Dienstleistungen, die von multinationalen Unternehmen wie Foodora, Lieferando oder Deliveroo in städtischen Gebieten angeboten werden. Initiativen zu Betriebsratsgründungen finden sich in mehreren Unternehmen der Branche; im Zentrum der Betrachtung steht hier die Entwicklung bei Deliveroo, einem u.a. auch in Deutschland operierenden Unternehmen mit Sitz in London (UK). Hier haben die Initiatoren der Betriebsratsgründung eine überaus erfolgreiche Medienkampagne mit dem Titel „Liefere am Limit“ gestartet, in der sie die Arbeitsbedingungen bei den Zustelldiensten skandalisiert und einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht haben.

Online-Essenslieferdienste beliefern Kunden mit Getränken und Speisen, die in Partner-Restaurants zubereitet werden. Die Arbeitsorganisation ist dabei „beinahe vollständig digitalisiert“ (Palmer 2017: 29). Die Arbeitsaufträge an die auch ‚Rider‘ genannten Fahrer_innen werden mittels Algorithmus verteilt: Eingehende Aufträge werden angenommen; dann ordnet der Algorithmus den nächsten verfügbaren Fahrer bzw. FahrerIn und sendet ihm oder ihr den Auftrag. Bei Deliveroo war zum Ausgangspunkt der Initiative das Gros der Beschäftigten befristet angestellt, mit Arbeitsverträgen von sechs Monaten. Dazu gab es – wenige – Freelancer, die als Solo-Selbstständige auftragsweise arbeiteten. Die Bezahlung der Freelancer erfolgte pro Fahrt, die Angestellten erhielten einen festen Stundensatz. Die Rider selber werden mit Rucksack, Regenjacke, Regenhose und T-Shirts ausgestattet, den Rest der Ausrüstung müssen sie selbst stellen. Das betrifft insbesondere ein zur Ausübung der Tätigkeiten unabdingliches Smartphone samt Datentarif sowie ein Fahrrad. Bei Deliveroo gab es zudem ein weiteres Problem, das in den Deutungen der Beschäftigten als ungerecht empfunden wurde und schließlich zur Gründung eines Betriebsrats führte: Die Lohnabrechnungen, die bei vielen Beschäftigten falsch oder unvollständig waren, und dies zumeist zuungunsten der Beschäftigten.

„Als ich anfang, begannen auch schon Probleme. Ich habe im ersten Monat keine Lohnabrechnung bekommen, das wurde nicht richtig an das Abrechnungsbüro gemeldet. Ich bin dann auch ins Office gegangen und habe gefragt, ob ich nicht wenigstens einen Abschlag bekommen könnte, aber das hat man verweigert und gesagt, es würde dann alles mit der nächsten Abrechnung nachgezahlt. Es gab da keinen Spielraum. Da haben sie aber dann zunächst die falsche Steuerklasse eingetragen, das musste auch wieder geändert werden.“ (Expertin Deliveroo)

Zum Zentrum der Aktivitäten entwickelte sich die Stadt Köln. Hier war im Sommer 2017 bereits ein Betriebsrat bei einem Konkurrenzunternehmen, Foodora gegründet worden. Von dort

wechselten einige Aktive zu Deliveroo und waren zunächst verwundert, dort ähnliche Probleme wie bei ihrem alten Arbeitgeber zu finden

„Es waren dann drei Leute, die das vorangetrieben haben und die einen Betriebsrat gründen wollten. Sie sind dann zur NGG gegangen und haben sich beraten lassen, was sie dafür tun müssen.“ (Expertin Deliveroo)

Dieses Vorhaben sollte sich als steiniger Prozess erweisen. Dies zeigte sich an zwei Entscheidungen des Unternehmens nach der Bekanntgabe der Initiatoren, dass sie einen Betriebsrat gründen wollen. Die erste betraf die Social Media Plattform des Unternehmens. Diese Plattform ermöglichte die Kommunikation sowohl mit den anderen Beschäftigten am Standort Köln als auch, auf einem zweiten Kanal, mit den Beschäftigten in ganz Deutschland. Die Initiatoren sendeten im September 2017 über die deutschlandweite Vernetzung die Information, einen Wahlvorstand für einen Betriebsrat in Köln gründen zu wollen. Weniger als eine Stunde später hat das Unternehmen die Plattform abgeschaltet. Kommunikation zwischen den Beschäftigten über Unternehmenskanäle ist seitdem nur noch über die Zentrale des Unternehmens in Berlin möglich.

Die zweite Entscheidung betraf die Initiatoren selber. Als sie dem Unternehmen offiziell die Gründung eines Wahlvorstands bekanntgaben, wurde der Hauptinitiator, der spätere Betriebsratsvorsitzende, in der Organisation degradiert. Er war zwar auch Rider, hat aber zugleich als Mentor die Fahrer_innen in den Büroräumen des Unternehmens, dem „Office“, beraten und betreut. Nach der Ankündigung wurde ihm verboten, das Office weiter zu betreten; er durfte nur noch Aufträge ausliefern. Damit hat das Unternehmen eine regulatorische Schwäche des deutschen Betriebsverfassungsgesetzes ausgenutzt. Vom Gesetz werden zwar Wahlvorstände vor Entlassungen oder andere Diskriminierungen geschützt, während der Vorlaufzeit zur Wahl gibt es aber keinen rechtlichen Schutz.

Nachdem der Wahlvorstand trotz dieser Widrigkeiten gegründet wurde, versuchte das Unternehmen das Heft des Handelns in die Hand zu nehmen und Zeit und Ort der Wahl zu bestimmen. Das Unternehmen schlug vor den Prozess zu organisieren und die Wahl an einem Freitag um 09.00 Uhr in einem Kölner Hotel abzuhalten. Damit hätte die Wahl außerhalb der Arbeitszeiten gelegen, die erst mit den Mittagsfahrten beginnen.

„Da haben die Initiatoren dann gesagt, dass das so nicht geht; der Wahlvorstand plädierte für die Uhrzeit 15.00. Darauf hat der CEO mit dem Initiator telefoniert und ihm geschäftsschädigendes Verhalten vorgeworfen.“ (Expertin Deliveroo)

Die Wahl fand dann schließlich im Office statt; rund 30 Leute von etwa 200 Beschäftigten am Standort haben an der Wahl teilgenommen. Alle Teilnehmer_innen waren Fahrer_innen.

„Die Leute aus dem Office haben nur mal vorbeigeschaut und waren distanziert; der Accounting Manager hat seine Verachtung durch Gesten deutlich gemacht.“ (Expertin Deliveroo)

Für die Informationen vor und nach der Wahl mussten alternative Kommunikationskanäle nutzbar gemacht werden, denn die Kommunikation über die Social Media Plattformen des Unternehmens war gesperrt. Alternativ wurden zwei Whats App-Gruppen unter den Fahrer_innen eingerichtet. Eine davon dient nur dazu, sich für den Feierabend noch zu verabreden. Die andere ist das Forum für Kritik. Dank der Kommunikation dieser Gruppe wurde das Wissen um die vielen Abrechnungsfehler verbreitet; hier erfuhren die Fahrer_innen auch von Klageverfahren jener Rider, die von der Gewerkschaft NGG unterstützt werden.

Unmittelbar nach der Wahl begann das Unternehmen, die Angestellten durch Freelancer zu ersetzen. Auslaufende befristete Verträge wurden nicht verlängert, dafür wurden Aufträge vermehrt an Freelancer vergeben. Im November 2017 gab es etwa 140 angestellte Rider, im Februar nur noch rund 20. „Innerhalb von drei Monaten ließ das Unternehmen mehr als die Hälfte der 100 befristeten Arbeitsverträge am Standort Köln auslaufen“ (Zander 2018: 17).

Der Betriebsrat hat zunächst versucht, vom Unternehmen Informationen und Daten zu bekommen zu den Beschäftigungsverhältnissen und zur Bezahlung. Er wollte auf diese Weise seine Mitbestimmungsmöglichkeiten bei der Gestaltung der Beschäftigungsverhältnisse ausloten. Im Zuge der Betriebsratswahl und den zahlreichen Behinderungen entstand zudem bei den Initiatoren die Idee, mit den Problemen an die Öffentlichkeit zu gehen.

„Wir haben uns überlegt, wie Öffentlichkeitsarbeit aussehen könnte. Wir haben dazu auch Informationen bei der Gewerkschaft NGG eingeholt. Wir wollten eine Öffentlichkeit herstellen. Als erstes haben wir ein Plakat entwickelt mit dem Spruch „Liefern am Limit“.“ (Expertin Deliveroo)

Mit dem Plakat wurde auf einem Platz in der Kölner Innenstadt ein Flashmob organisiert. Faktisch handelte es sich dabei mehr um eine Demonstration. Die Aktion war sehr werbewirksam; sowohl Zeitungen als auch Radio und das öffentlich-rechtliche Fernsehen waren vor Ort. Auch Fahrer_innen des Konkurrenten Foodora – die Fahrer_innen sind in freundschaftlicher Konkurrenz verbunden – kamen hinzu und gesellten sich zu den Demonstrierenden. Darauf entfaltete sich eine Spirale wachsenden Interesses, die die Initiator_innen bis zum Bundesarbeitsminister führte.

„Wir haben der Presse Interviews gegeben, und dann wurde das Interesse immer größer. Der Betriebsratsvorsitzende war später bei einer Polit-Talk-Sendung im Fernsehen, dort war auch der Bundesarbeitsminister, und hinterher haben sich die beiden bei einem Bier intensiv unterhalten. So haben wir auch Kontakt zum Arbeitsminister bekommen. Der hat uns dann auch einmal in Köln besucht und rund eineinhalb Stunden sehr intensiv mit uns gesprochen.“ (Expertin Deliveroo)

Die Initiatoren richteten zudem eine Seite auf Facebook zu „Lieferrn am Limit“ ein, die sie bis heute aktualisieren. Das Ziel ist öffentlich zu machen, was bei den Essenslieferanten passiert. Auch Interviewanfragen und Einladungen zu Tagungen und Talkshows zeugen von einem ungebrochenen Interesse an dem Thema.

„Lieferrn am Limit“ war eine Initiative der Fahrer_innen. Aber die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) hat in dem Prozess eine wichtige unterstützende Rolle gespielt. Sie hat die Initiator_innen bei der Betriebsratsgründung beraten, und sie hat mit an dem Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit gefeilt, und auch heute finden in den Büros der Gewerkschaft Strategiesitzungen statt, wie man die Kampagne fortsetzen sollte. Zudem berät die Gewerkschaft bei der Pressearbeit, die immer aufwändiger geworden ist. Ein Mitglied des ursprünglichen Betriebsrats von Deliveroo ist zur Gewerkschaft gewechselt und ist dort nun Projektsekretär für die Lieferdienste. Das Fernziel der Gewerkschaft lautet, Tarifverträge mit den Lieferdiensten abzuschließen.

„Das ist sehr gut; nun gibt es dort jemanden, der die Arbeit koordiniert und der über Ressourcen verfügt. Man weiß an wen man sich wenden kann, und es gibt mehr Unterstützung. Das Ziel der Gewerkschaft ist klar: Die wollen bei den Lieferdiensten Tarifverträge durchsetzen. Im Zentrum steht da jetzt Foodora.“ (Expertin Deliveeroo)

Heute besteht der Betriebsrat am Kölner Standort von Deliveroo noch aus einer Person. Vier der fünf Betriebsräte sind nicht mehr da, weil ihre Arbeitsverträge nicht verlängert wurden. Drei von ihnen haben gegen diese Entscheidung geklagt und einen gerichtlichen Vergleich angenommen. Der Betriebsratsvorsitzende ist noch im Amt, er hat den Vergleich nicht akzeptiert. Das Gericht hatte entscheiden, dass er nicht sachgerecht befristet war und wiedereingestellt werden muss. Das Unternehmen ruft nun eine höhere gerichtliche Instanz an.

„Jedenfalls ist er noch da, und er ist ein Betriebsrat nur für die Office-Mitarbeiter. Denn auf der Straße fahren ja nur noch Freelancer.“ (Expertin Deliveroo)

In Münster gab es auch eine Betriebsratsinitiative bei Deliveroo; dort hat das Unternehmen den Betriebsrat nicht anerkannt und argumentiert, dass es dort kein Office und damit keinen Betrieb hat. Die Fahrer_innen dort würden deshalb zu Köln gehören und müssten hier ihren Betriebsrat wählen.

Beim Lieferdienst Foodora, einem direkten Konkurrenten von Deliveroo, war die Betriebsratsgründung weniger umkämpft. Auch hier konnte am Standort Köln ein Betriebsratsgremium gewählt werden. Die strukturellen Bedingungen dafür waren besser, weil dort die befristeten Arbeitsverträge eine Laufzeit von einem Jahr haben und weil das Unternehmen nicht mit Freelancern arbeitet, also nicht befristet Beschäftigte durch Freelancer ersetzt hat. Probleme aus den Befristungen ergaben sich aber trotzdem.

„Bei Foodora gibt es auch einen neuen Betriebsrat in Köln, die sind so rund 250 Leute. Der will sich jetzt neu wählen lassen, weil es einige Umstellungen gegeben hat, dort wurde der stellvertretende Vorsitzende nicht verlängert und musste ausscheiden.“ (Expertin Deliveroo)

6 Fazit und Ausblick

Die oben exemplarisch aufgeführten Beispiele zeigen – bei allen Einschränkungen und widersprüchlichen Erfahrungen, was die Erfolgsaussichten derartiger Initiativen betrifft: Der Bereich der Plattformarbeit mag voraussetzungsvoll für die Artikulation kollektiver Interessen sein, aber die konkurrenzfördernde Plattformlogik verhindert das Entstehen gemeinsamer Arbeitnehmeranliegen nicht. Bei aller systembedingt angelegter Individualisierung der Plattformarbeiter_innen bestehen mal mehr, mal weniger bewusst, geteilte Interessen hinsichtlich der Arbeitsbedingungen, der Ausgestaltung von Plattformregeln etc..

Obwohl die Hauptverantwortung für die Gestaltung und Regulierung von Crowd- und Gigwork häufig vor allem bei politischen Rahmensetzungen gesehen wird (vgl. Baethge et al. 2019: 66), verlassen sich die hier vorgestellten Initiativen (und dies ist insbesondere bei der Initiative Fair Crowd Work der IG Metall zu konstatieren) nicht auf derzeit (noch) nicht konkret angedachte Rechtsänderungen, deren Bedarf aber gerade durch die Initiativen deutlich wird. Dazu gehört die Frage der rechtlichen Absicherung befristet beschäftigter Betriebsräte ebenso wie der Schutz von Initiatoren bei Betriebsratswahlen vor der Wahl des Wahlgremiums oder auch die Frage der Betriebsförmigkeit von Plattformarbeit.

Die Initiativen erfolgen sowohl Bottom-Up als auch Top-Down. Die Bottom-Up-Initiative „Liefere am Limit“ der Rider profitierte von der Ortsabhängigkeit des Gigworking. Die Fahrradkuriere konnten sich während ihrer Arbeit (sowie in Pausen oder auf dem Weg vom/zum

Schichtbeginn) im Stadtbild treffen und anhand ihrer Kleidung auch erkennen. Daraus lässt sich schließen, dass für die Entwicklung solidarischer Interessenbekundungen auch bei digital koordinierter Arbeit direkte Kommunikation und der unmittelbare Austausch – also das Gespräch von Angesicht zu Angesicht – wichtig bleiben.

Im Bereich des Cloudworking steht das Fehlen dieser Kopräsenz von Crowdworkern etwaigen Bottom-Up Initiativen entgegen. Dennoch gibt es derartige Ansätze auch hier, wie der Verweis auf das Projekt Turkopticon zeigen konnte. Ungleich mehr Gewicht erhalten solche Initiativen jedoch, wenn sie die organisatorische Unterstützung durch etablierte Interessenvertretungsorganisationen Top-Down erhalten.

Voraussetzung für ein solches Engagement ist freilich, dass sich in der Abwägung von Aufwand und Ertrag solcher Initiativen die Ansicht durchsetzt, derartige Interventionen könnten wichtige Zukunftsinvestitionen für Gewerkschaften sein. Die wechselhafte Historie der Selbstständigenberatung der Gewerkschaft Ver.di deutet an, dass eine Verständigung darauf jedoch nicht immer leicht gegeben ist; gerade weil beispielsweise noch zu sehr auf (derzeit) wenige hauptberufliche Crowdworker fokussiert wird, die zudem in Beschäftigungsverhältnissen tätig sind, die denen der klassischen Kernzielgruppen von Gewerkschaften so gar nicht entsprechen.

Folgt man jedoch der Ansicht, die Entwicklung der Plattformökonomie werde künftig immer mehr Ausstrahlungseffekte in traditionelle Bereich von Erwerbsarbeit entfalten, dann bekommen die betrachteten Initiativen eine Bedeutung über ihre konkreten Anliegen (wie z.B. der Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei Essenslieferdiensten) hinaus: An ihnen kann wie in einem Brennglas studiert werden, welche Interventionsmöglichkeiten es auch bei digitaler Arbeitsorganisation gibt und wie digitale Kommunikationstechnologien nicht nur im Sinne von Vermarktlichung, Effektivitätssteigerungen oder erweiterter Prozesskontrolle, sondern auch für die Aushandlung von guten Arbeitsbedingungen für digital Arbeitende genutzt werden können.

7 Literaturverzeichnis

Altenried, Moritz 2017: Die Plattform als Fabrik: Crowdwork, Digitaler Kapitalismus und die Vervielfältigung der Arbeit. In: PROKLA 47 (2), S. 175–191

Baethge, Catherine Bettina / Borberach, Michael / Hoffmann, Anke / Wintermann, Ole 2019: Plattformarbeit in Deutschland: Freie und flexible Arbeit ohne soziale Sicherung. Unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/>

Benner, Christiane (Hrsg.) 2014b: Crowdwork – zurück in die Zukunft? Frankfurt/Main: Bund Verlag

- Benner, Christiane** 2014: Amazonisierung oder Humanisierung der Arbeit durch Crowdsourcing? In: Christiane Benner (Hrsg.): *Crowdwork – zurück in die Zukunft? Perspektiven digitaler Arbeit*. Frankfurt/Main: Bund Verlag, S. 289–300
- Bertschek, Irene / Ohnemus, Jörg / Viete, Steffen** 2015: Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern: Endbericht zur Kurzexpertise für das Bundesministerium für Arbeit und Soziales
- Boes, Andreas / Kämpf, Tobias / Langes, Barbara / Lühr, Thomas / Steglich, Steffen** 2014: *Cloudworking und die Zukunft der Arbeit: Kritische Analysen am Beispiel der Strategie "Generation Open" von IBM*. Unter: <https://innovation-gute-arbeit.verdi.de/>
- Däubler, Wolfgang** 2015: *Internet und Arbeitsrecht*. Frankfurt/ Main: Bund Verlag
- Dickel, Sascha / Thiem, Carolin** 2018: Zur Organisation von Arbeit 4.0: Crowdsourcing als Sozialtechnologie. In: Tobias Redlich / Manuel Moritz / Jens P. Wulfsberg (Hrsg.): *Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 247–254
- Drahokoupil, Jan / Fabo, Brian** 2016: The platform economy and the disruption of the employment relationship. ETUI Policy Brief, 5/2016. Unter: <https://www.etui.org/>
- Ellmer, Markus** 2016: "Ich geb' dir eine Review, Große/r!" Amazon Mechanical Turk, Turkopticon und Solidarität in transnationalen, digitalen Arbeitsräumen. In: *Kurswechsel* (2), 51–62. Unter: <http://www.beigewum.at/>
- Erdziek, Daniel / Ohnemus, Jörg / Viete, Steffen** 2018: *Crowdworking in Deutschland 2018: Ergebnisse einer ZEW-Unternehmensbefragung: Expertise im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales*. Unter: <https://www.bmas.de/>
- Gerber, Christine / Krzywdzinski, Martin** 2017: *Schöne neue Arbeitswelt? Durch Crowdworking werden Aufgaben global verteilt*. In: *WZB Mitteilungen* H. 155, S. 6–9
- Greef, Samuel / Schroeder, Wolfgang** 2017: *Plattformökonomie und Crowdworking: Eine Analyse der Strategien und Positionen zentraler Akteure*. Forschungsbericht; 500
- Harmon, Ellie / Silberman, M. Six** 2018: Rating Working Conditions on Digital Labor Platforms. In: *Computer Supported Cooperative Work* 37 (3), pp. 1275–1324
- Hoffmann, Reiner / Suchy, Oliver** 2016: *Aussichten für die Arbeit der Zukunft*. Working Paper Forschungsförderung, 013, Mai 2016. Unter: <https://www.boeckler.de/>
- Howe, Jeff** 2006: The Rise of Crowdsourcing. In: *Wired Magazin* 14 (6). Unter: <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>
- Huws, Ursula / Spencer, Neil H. / Syrdal, Dag S. / Holts, Kaire** 2017: *Work in the European gig economy: Research results from the UK, Sweden, Germany, Austria, The Netherlands, Switzerland and Italy*. Unter: https://www.feps-europe.eu/Assets/Publications/PostFiles/579_1.pdf
- Huws, Ursula** 2016: *Logged labour: A new paradigm of work organisation?* In: *Work Organisation, Labour & Globalisation* 10.1, pp. 7–26
- IG Metall et al.** 2016: *Frankfurter Erklärung*. Unter: <https://www.igmetall.de/>

- Kirchner, Stefan** 2019: Arbeiten in der Plattformökonomie: Grundlagen und Grenzen von „Cloudwork“ und „Gigwork“. In: KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie).
Unter: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11577-019-00587-w>
- Klebe, Thomas** 2017: Arbeitsrecht 4.0: Faire Bedingungen für Plattformarbeit. WISO direkt 22/2017
- Kramer, Paul-Fiete** 2018: Interessenvertretung in der Wolke? Historische Erfahrungen und aktuelle Herausforderungen der Erwerbsregulierung bei Solo-Selbstständigen und Crowdworkern. Beitrag im Rahmen des 27. wissenschaftlichen Kongresses der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft. Unter: <https://www.sowi.ruhr-uni-bochum.de/>
- Leimeister, Jan Marco / Durward, David / Zogaj, Shkodran** 2016: Crowd Worker in Deutschland: Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen. Study, 323.
Unter: https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_323.pdf
- Leimeister, Jan Marco / Zogaj, Shkodran / Durward, David / Blohm, Ivo** 2016: Systematisierung und Analyse von Crowdsourcing-Anbietern und Crowd-Work-Projekten. Study; 324. Unter: https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_324.pdf
- Lorig, Philipp** 2015: Soloselbstständige Internet-Dienstleister im Niedriglohnbereich: Prekäres Unternehmertum auf Handwerksportalen im Spannungsfeld zwischen Autonomie und radikaler Marktabhängigkeit. In: Arbeits- und Industriesoziologische Studien 8 (1), S. 55–75
- Mrass, Volkmar / Peters, Christoph** 2017: Crowdworking-Plattformen in Deutschland. Working Paper Series, 16. Unter: http://pubs.wi-kassel.de/wp-content/uploads/2017/04/JML_615.pdf
- Palmer, Georgia** 2017: Foodora & Co.: Die Revolte der neuen Dienstbotenklasse. In: Blätter für deutsche und internationale Politik H. 7, S. 29–32
- Pongratz, Hans J. / Bormann, Sarah** 2017: Online-Arbeit auf Internet-Plattformen: Empirische Befunde zum 'Crowdworking' in Deutschland. In: Arbeits- und Industriesoziologische Studien 10 (2), 158–181. Unter: <http://www.ais-studien.de/>
- Schmidt, Florian A.** 2016: Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie - Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork. Unter: <http://library.fes.de/>
- Serfling, Oliver** 2018: Crowdworking Monitor No. 1: für das Verbundprojekt "Crowdworking Monitor". Unter: <https://www.bmas.de/>
- Silberman, M. Six / Irani, Lilly** 2016: Operation an employer reputation system: Lessons from turkopticon, 2008-2015. In: Comparative Labor Law & Policy Journal 37 (3), pp. 505-542.
Unter: http://wtf.tw/text/operating_an_employer_reputation_system_preprint.pdf
- Strube, Sebastian** 2015: Die Entstehung des digitalen Prekariats. Standpunkte 02/2015
- Ver.di** 2012: Crowdsourcing und Cloudworking: Gefahren für Gesellschaft und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer: Berliner Crowdsourcing-Cloudworking-Papier.
Unter: <https://innovation-gute-arbeit.verdi.de/>
- Zander, Ingo** 2018: Naturtalent der Mitbestimmung. In: MITBESTIMMUNG (Magazin-App 07).
Unter: <https://www.magazin-mitbestimmung.de/>

Die Autoren:

**Prof. Dr. Thomas Haipeter**

Leiter der Forschungsabteilung Arbeitszeit
und Arbeitsorganisation (AZAO)

Kontakt: thomas.haipeter@uni-due.de

**Dr. Fabian Hoose**

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
der Forschungsabteilung Arbeitszeit
und Arbeitsorganisation (AZAO)

Kontakt: fabian.hoose@uni-due.de

IAQ-Report 2019-05

Redaktionsschluss: 14.06.2019

Institut Arbeit und Qualifikation
Fakultät für Gesellschaftswissenschaften
Universität Duisburg-Essen
47048 Duisburg

Redaktion:

Sybille Stöbe-Blossey
sybille.stoebe-blossey@uni-due.de

IAQ im Internet

<http://www.iaq.uni-due.de/>

IAQ-Reports:

<http://www.iaq.uni-due.de/iaq-report/>

Über das Erscheinen des IAQ-Reports informieren wir über eine
Mailingliste: <http://www.iaq.uni-due.de/aktuell/newsletter.php>

Der IAQ-Report (ISSN 1864-0486) erscheint seit 2007 in unregelmäßiger Folge als ausschließlich elektronische Publikation. Der Bezug ist kostenlos.