

Technical Report

Interdisziplinäre Befragung von Crowdworkern

Nicole Giard, Paul Hensen, Marc Hesse, Nils Löken, Zahra Nouri, Jannik Reddehase,
Mareike Reimann, Katharina Schlicher, Julian Schulte

Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft

Kontakt:

Dr. Nicole Giard
Universität Bielefeld
Universitätsstr. 25
33615 Bielefeld
E-Mail: nicole.giard@uni-bielefeld.de

Gefördert durch:

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Das Wichtigste in Kürze

Crowdwork ist eine neue Form der Arbeitsorganisation, bei der Personen arbeitgeberungebundene Aufgaben im Internet übernehmen und dafür entlohnt werden. Bisher gibt es noch keine verlässlichen Aussagen zur Größe und wirtschaftlichen Bedeutung des Crowdworking-Markts in Deutschland. Gründe dafür sind die sehr unterschiedlichen Auslegungen des Begriffs Crowdworking und die globale Ausprägung dieser Form der Tätigkeit, die per se ortsunabhängig und anonym stattfindet. Eine wichtige Rolle kommt den als Vermittler auftretenden Crowdworking-Plattformen zu, die sich nach der Art der angebotenen Aufgaben und der Form der Vergütung unterscheiden lassen.

Der vorliegende Technical Report beschreibt die vom Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft durchgeführte Befragung von deutschen Crowdworkern auf mehreren Crowdworking-Plattformen. Dabei wird auf die zu Grunde liegenden Forschungsfragen, den Aufbau des Fragebogens, die verwendete Definition von Crowdwork und die berücksichtigten Plattfortmtypen sowie die Datenerhebung und die Aufbereitung der Befragungsergebnisse eingegangen.

Das Ziel der Befragung besteht darin, differenzierte Erkenntnisse über die neue Form der Arbeitsorganisation unter verschiedenen Blickwinkeln zu gewinnen. Dabei wurden neben dem soziodemografischen Hintergrund ausführliche Informationen zum Umfang und zu den Arbeitsbedingungen sowie zur Motivation der Crowdworker, zu ihrer Verbundenheit zur Plattform, zu ihrer Gesundheit und Zufriedenheit sowie zum Thema Datenerfassung erhoben. Auf der Grundlage der gewonnenen Datenbasis ist nun eine wissenschaftliche Untersuchung der Chancen, Risiken und Gestaltungsmöglichkeiten des Crowdworking in Deutschland möglich, um ein besseres Verständnis für die neue Arbeitsform zu gewinnen.

Die Befragung hat ergeben, dass Crowdworker zu etwa gleichen Teilen Frauen und Männer und sehr gut ausgebildet sind. Die Altersgruppe der 26- bis 35-jährigen ist am stärksten vertreten. Der überwiegende Teil der Crowdworker ist angestellt oder selbstständig und betreibt das Crowdworking als Nebentätigkeit. Den typischen Crowdworker gibt es jedoch nicht, da es deutliche Unterschiede in der Soziodemografie, der Motivation und bei vielen anderen Charakteristika zwischen den verschiedenen Aufgaben- und Plattfortmtypen gibt. In der Interpretation der Analyseergebnisse sollten diese Faktoren deshalb unbedingt berücksichtigt werden.

Inhalt

Tabellenverzeichnis	3
1 Einleitung	4
2 Crowworking.....	6
Der Begriff des Crowworking	6
Plattformtypen	6
Der deutsche Crowworking-Markt.....	8
3 Interdisziplinäre Crowworkerbefragung.....	9
Die untersuchten Forschungsfragen aus disziplinärer und interdisziplinärer Perspektive.....	9
Die Auswahl der untersuchten Crowworking-Plattformen.....	10
Der Aufbau des Fragebogens	12
Die Datenerhebung	13
4 Übersicht zu den erhobenen Daten.....	14
Datenqualität und Datenaufbereitung.....	14
Die Struktur der Stichprobe.....	15
5 Fazit.....	19
6 Literaturverzeichnis	20
7 Anhang	22
Fragebogen.....	22
Autorinnen und Autoren	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Beschreibung der untersuchten Plattformtypen.....	7
Tabelle 2. Übersicht Plattformauswahl	11
Tabelle 3. Verwendete standardisierte Instrumente	13
Tabelle 4. Anzahl Datensätze in der Stichprobe je Plattformtyp	14
Tabelle 5. Gruppeneinteilung zur Untersuchung des Einflusses der Bearbeitungszeit	15
Tabelle 6. Verteilung des Geschlechts nach Plattformtyp	16
Tabelle 7. Altersverteilung nach Plattformtyp	17
Tabelle 8. Verteilung des Erwerbsstatus nach Plattformtyp.....	17
Tabelle 9. Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses nach Plattformtyp	18
Tabelle 10. Verteilung der Crowworking-Dauer nach Plattformtyp	18

1 Einleitung

Die interdisziplinäre Befragung von Crowdworkern auf deutschen Crowdfunding-Plattformen ist ein Projekt des Forschungsschwerpunkts Digitale Zukunft der Universitäten Paderborn und Bielefeld. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse des Forschungsschwerpunkts sollen eine proaktive Gestaltung des digitalen Wandels in der Arbeitswelt unterstützen. In verschiedenen Forschungsprojekten werden die Gestaltungsmöglichkeiten einer digitalen Zukunft untersucht und sowohl die Potentiale als auch die Risiken für Beschäftigte und Unternehmen adäquat berücksichtigt. Dabei arbeiten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus den Bereichen Betriebswirtschaft, Elektrotechnik, Informatik, Psychologie und Soziologie in interdisziplinären Teams zusammen.

Die voranschreitende Digitalisierung bietet Unternehmen die Möglichkeit, von innovativen Arbeitsmodellen zu profitieren. Hierzu zählt das Crowdfunding. Dieses beschreibt die Auslagerung von unternehmensinternen Aufgaben, üblicherweise über die organisationseigenen Grenzen hinaus, an eine heterogene Gruppe, die Crowd. Die Umsetzung erfolgt über Online-Plattformen, die in der Regel von einer dritten Partei betrieben werden.

Beim Crowdfunding werden Aufgaben mit einem klaren Ziel auf einer speziell dafür vorgesehenen Internetplattform angeboten. Die Aufgaben werden durch den Auftraggeber mit einer Aufgabenbeschreibung und der Angabe der vorgesehenen Vergütung bereitgestellt. Die Nutzerinnen und Nutzer der Plattform können sich frei aussuchen, ob und welche Aufgaben sie bearbeiten möchten. Die Bearbeitung erfolgt hauptsächlich digital, daher kann gewählt werden, ob zuhause oder unterwegs gearbeitet und ob ein Computer, Tablet oder Smartphone verwendet wird. Typische Crowdfunding-Aufgaben sind das Testen von Internetseiten und Apps, das Verfassen von Texten, Rechercheaufträge, die Teilnahme an Umfragen, die Datenpflege, die Verknüpfung von Fotos mit Stichwörtern, grafisches Design, Fotografie, Ideensammlungen u.v.a.m.

Unklar ist bisher die Wirkung dieser neuen Arbeitsform auf den Menschen, der sie ausübt, den sogenannten Crowdworker. Im Rahmen des Forschungsschwerpunkts sollen aus einer interdisziplinären Perspektive die Wahrnehmung, Risiken und Möglichkeiten des Crowdfunding untersucht werden. Darüber hinaus sollen arbeitsgestalterische Merkmale auf der Aufgabenebene analysiert werden, um ein besseres Verständnis für diese neue Arbeitsform und die dahinterliegenden Mechanismen zu entwickeln.

Gegenstand der bisherigen Befragungen von Crowdworkern sind in erster Linie soziodemografische Informationen (u.a. Erwerbsstatus, Bildung und Einkommen), die Arbeit auf den Plattformen (u.a. Arbeitszeiten, Arbeitsorte, Art der Tätigkeiten und genutzten Plattformen), soziale Absicherungen (u.a. Kranken-, Arbeitslosen- und Rentenversicherungen) sowie die Motivation und das Erleben beim Crowdfunding (Bertschek, Ohnemus & Viete, 2015; Al-Ani & Stumpp, 2015; Leimeister, Durward & Zogaj, 2016; Brabham, 2010; Deng & Joshi, 2016; R. Brewer, Morris & Piper, 2016; Feldmann, Hemsen & Giard, 2018; Serfling, 2018; Serfling, 2019). Einzelne Befragungen weisen darüber hinaus eine differenziertere Betrachtung hinsichtlich des Plattfortmtyps (Leimeister, Durward et al., 2016), der stationären und mobilen Tätigkeiten (Bertschek et al., 2015), bezüglich Microtask-Plattformen (Deng, Joshi & Galliers, 2016; R. Brewer et al., 2016) oder für den deutschsprachigen Raum auf (Leimeister, Durward et al., 2016; Al-Ani & Stumpp, 2015; Bertschek et al., 2015; Serfling, 2018; Serfling, 2019). Die Stärken der genannten Crowdworker-Befragungen liegen in der Abbildung der Soziodemografie der involvierten Personengruppen in Deutschland. Diese Information ist notwendig, um korrekte Aussagen über die Verbreitung von Crowdwork in Deutschland treffen und passende Maßnahmen ableiten zu können.

Viele Forschungsfragen im Zusammenhang mit Crowdwork sind bisher jedoch unbeantwortet geblieben. Deren Beantwortung ist relevant, um das Crowdworking für alle beteiligten Parteien, die Auftraggeber, die Plattformbetreiber und die Crowdworker, zufriedenstellend zu gestalten. Komplexe Sachverhalte, wie die Motivation, die Arbeitszufriedenheit oder die körperliche und psychische Gesundheit, müssen explorativ erfragt werden. Aus der bisherigen Forschung ist bislang unklar, ob ein Gesundheitsrisiko besteht, wenn Arbeitnehmer in ihrer Freizeit Crowdworking betreiben und ob es einen systematischen Zusammenhang mit der Art der Tätigkeit oder dem Umfang gibt (Sturman & Walsh, 2014). Wissenschaftlich wenig beachtet wurden bisher außerdem die technischen Möglichkeiten digitaler (mobiler) Plattformen für eine zunehmende Erfassung personenbezogener und somit potentiell kritischer Daten (Egelman, Kannavara & Chow, 2015). Es besteht somit ein Bedarf an der Erhebung von Umfragedaten, insbesondere für den deutschen Crowdworking-Markt, um die Arbeitsbedingungen von Crowdwork auf der einen und deren Auswirkungen auf die Crowdworker auf der anderen Seite zu untersuchen.

Dieser Bedarf wurde mit der hier beschriebenen Befragung adressiert. Dabei wurde, neben der Soziodemografie, auf die herrschenden Arbeitsverhältnisse fokussiert, um einen differenzierten Blick auf Motivation und Anreize, Zufriedenheit, körperliche und psychische Anforderungen sowie die Umwelt der Akteure zu erhalten. Unter anderem wurden etablierte Skalen¹ der Betriebswirtschaftslehre, Psychologie und Soziologie verwendet, um Zufriedenheit (*Satisfaction with Life Scale*), körperliche und psychische Gesundheit (*Somatic Symptoms Scale, Core-Self-Evaluation*), Konflikte zwischen Beruf und Leben (*Work Family Conflict*) und Bindung (*Commitment Organisation, Beruf und Beschäftigungsform/ Organizational Commitment Questionnaire*) zu erfassen. Das Erleben der Arbeit auf der Plattform wurde zudem mit eigens für die Befragung entwickelten Fragen zur Kommunikation zwischen Plattformbetreiber bzw. Auftraggeber und Crowdworker sowie zur Datensicherheit und -erfassung vervollständigt. So wird eine ganzheitliche Perspektive auf das Crowdworking ermöglicht.

¹ Tabelle 3 auf Seite 13 enthält eine vollständige Auflistung der verwendeten Skalen und der dazugehörigen Quellen.

2 Crowdworking

Der Begriff des Crowdworking

Crowdworking stellt eine Ausprägung des Crowdsourcing dar. Es gibt unterschiedliche Beschreibungen dieses Begriffs, die von Estellés-Arolas und González-Ladrón-de-Guevara (2012) zu einer Definition zusammengefasst wurden:

Crowdsourcing ist eine Form von partizipativer Online-Aktivität bei der ein Individuum, eine Institution, eine Wohltätigkeitsorganisation oder ein Unternehmen – der Auftraggeber – einer Gruppe von Individuen anhand eines flexiblen offenen Aufrufs vorschlägt, eine Aufgabe freiwillig zu übernehmen. Die Gruppe von Individuen, die **Crowd**, ist von unterschiedlichem Wissensstand, heterogen und unterschiedlich groß. Die Übernahme der Aufgabe, die von variabler Komplexität und Granularität sein kann, erfolgt durch die Crowd, indem sie Arbeit, Geld, Wissen und/oder Erfahrung einbringt. Dies erfolgt stets zum beiderseitigen Vorteil. Der Auftragnehmer erfährt die Befriedigung eines Bedürfnisses, sei es ökonomisch, durch soziale Anerkennung, Steigerung des Selbstwerts oder die Entwicklung von individuellen Fähigkeiten. Der Auftraggeber erhält und nutzt zu seinem Vorteil den Beitrag, der durch den Auftragnehmer im Projekt erbracht wird. Die Form des Vorteils hängt von der Art der Tätigkeit ab (Estellés-Arolas & González-Ladrón-de-Guevara, 2012, S. 197-198).²

Die Vermittlung der Aufgaben erfolgt über Online-Plattformen, die **Crowdsourcing-Plattformen** genannt werden. Wenn eine Crowdsourcing-Plattform von einem Drittanbieter betrieben wird, spricht man von externem Crowdsourcing. Dem gegenüber abzugrenzen sind plattformbasierte, unternehmensinterne Formen der Arbeitsorganisation (internes Crowdsourcing). Sie dienen u.a. der Anreicherung des regulären Beschäftigungsverhältnisses, einer umfassenderen Nutzung von unternehmensinternen Kompetenzen oder der Unterstützung der Zusammenarbeit in agilen Teams. Crowdsourcing-Plattformen lassen sich weiterhin hinsichtlich der Art der Aufgaben sowie dahingehend unterscheiden, ob die Arbeit vergütet wird oder nicht.

Wir verwenden den Begriff **Crowdwork** für **bezahlte** Crowdsourcing-Tätigkeiten, die von einer externen Crowdsourcing-Plattform als Intermediär zwischen Auftraggeber und Crowd vermittelt werden. Die Plattform wird dementsprechend als **Crowdworking-Plattform** bezeichnet, die Mitglieder der Crowd als **Crowdworker**. Die Crowdworker erzielen durch ihre Tätigkeit ein Einkommen.

Beim Crowdworking handelt es sich um eine Arbeitsform, die äußerst flexibel gestaltbar ist, da die Crowdworker Arbeitszeit, -ort und -umfang sowie die Art der Aufgaben, die sie ausführen, selbst bestimmen können. Diese Art der Beschäftigung lässt sich am ehesten mit der Solo-Selbstständigkeit vergleichen.

Plattformtypen

Je nach der Art der angebotenen Aufgaben und der Vergütung lassen sich verschiedene Plattformtypen unterscheiden. Dabei nehmen unterschiedliche Autoren unterschiedliche Einteilungen vor. Leimeister, Zogaj, Durward und Blohm (2016, S. 42) unterscheiden anhand einer Clusteranalyse des bestehenden deutschen Markts vier Typen von Crowdworking-Plattformen, die auf einem wettbewerbsbasierten Ansatz beruhen, sowie einen fünften Plattformtyp, der durch eine Zusammenarbeit der Crowdworker geprägt ist. Die Plattformen werden in **Microtask-**, **Marktplatz-**, **Testing-**, **Design-** (alle wettbewerbsbasiert) sowie **Innovations-Plattformen** (zusammenarbeitsbasiert) unterteilt. Eine ähnliche Aufteilung

² Eigene Übersetzung

wird auch von Kaganer, Carmel, Hirschheim und Olsen (2013, S. 25–27) vorgenommen, allerdings werden hier Design-Plattformen nicht gesondert, sondern gemeinsam mit Innovationsplattformen als ein Plattformtyp betrachtet, auf dem ein kreativer Wettbewerb herrscht. Der von Leimeister und Zogaj et al. (2016) als Testing-Plattformen bezeichnete Cluster umfasst Plattformen, die Softwareentwicklungsaufgaben anbieten. In der hier vorgestellten Studie wird für diesen Plattformtyp die Bezeichnung **Testing-/Software Development-Plattformen** verwendet.

Auf Microtask-, Testing-/Software Development- und Marktplatz-Plattformen werden die Arbeitsaufgaben nach einem zeitbasierten Wettbewerb vergeben. Der schnellste Crowdworke r erhält die Aufgabe. Im Gegensatz dazu können auf Design- und Innovations-Plattformen mehrere Crowdworke r ihre Vorschläge einreichen und der Auftraggeber wählt den oder die Gewinner aus. Leimeister und Zogaj (2013) bezeichnen dies als ergebnisorientierten Wettbewerb. Die Aufteilung in die vier Typen Microtask-, Marktplatz-, Testing-/Software Development-, Design-/Innovationsplattform hat den Vorteil, dass sich die Plattformen innerhalb eines Clusters hinsichtlich der dort herrschenden Arbeitsbedingungen ähnlich sind (Leimeister, Durward et al., 2016, S. 18).

Für die hier vorgestellte Studie wurde die Klassifikation der Plattformtypen ergänzt. Zusätzlich zu den bereits genannten Plattformtypen wurden **Mobile Crowdworking**-Plattformen in die Studie einbezogen. Beim Mobile Crowdworking werden, im Gegensatz zu den oben genannten Plattformtypen, die Arbeitsaufgaben standortabhängig vergeben und meist mit Hilfe von mobilen Endgeräten bearbeitet. Dies kann beispielsweise das Fotografieren von Werbekampagnen und Produktplatzierungen umfassen, aber auch die Aktualisierung und Überprüfung von Geodaten.

Plattformtyp	Charakteristika	Typische Aufgaben
Microtask-Plattformen	zeitbasierter Wettbewerb einfache Aufgaben von geringem Umfang geringe Anforderungen an Crowdworke r fixe Vergütung nach Qualitätskontrolle	Bildannotationen, Umfragen, Kategorisierung von Daten, Datenerfassung und -pflege, einfache Texterstellung
Marktplatz-Plattformen	zeitbasierter Wettbewerb komplexe Aufgaben spezifische Anforderungen an Crowdworke r Kommunikation zwischen Crowdworke r und Auftraggeber fixe Vergütung nach Qualitätskontrolle	Erstellung umfangreicher oder fachspezifischer Texte , Übersetzungen, Vermittlung von Projekten an Freelancer im IT-Bereich
Design-/Innovations-Plattformen	kreativer, ergebnisorientierter Wettbewerb komplexe Aufgaben hohe Anforderungen Prämierung einzelner, z.T. auch mehrerer, Gewinner, viele Beiträge ohne Vergütung	Gestaltung von Logos oder Webseiten, Entwicklung von Marketingkonzepten, Ideenwettbewerbe
Testing- /Software Development-Plattformen	zeitbasierter Wettbewerb Aufgaben unterschiedlicher Komplexität hohe Anforderungen fixe Vergütung nach Qualitätskontrolle oder pro gefundenem Fehler	Testen oder Entwickeln von Apps bzw. Software, Testen von Produkten oder Webseiten
Mobile Crowdworking-Plattformen	standortabhängige Vergabe der Aufgaben eher einfache Aufgaben geringe Anforderungen fixe Vergütung nach Qualitätskontrolle	Fotografieren von Produktplatzierung, Prüfung von Geodaten, Testkäufe, Überprüfung von Öffnungszeiten

*Tabelle 1. Beschreibung der untersuchten Plattformtypen
Eigene Einteilung unter Berücksichtigung der Ergebnisse von Leimeister und Zogaj et al. (2016) und Kaganer et al. (2013)*

Der deutsche Crowdfunding-Markt

Für den deutschen Raum gestaltet sich die Schätzung des Umfangs der durch Crowdfunding erbrachten Dienstleistungen als schwierig. Die Unternehmen, die Crowdfunding-Plattformen betreiben, veröffentlichen ihre Geschäftszahlen i.d.R. nicht. Mit unterschiedlichen Ansätzen wurde versucht, sowohl die Zahl der aktiven Crowdfunder als auch die Umsätze dieser Branche in Deutschland zu schätzen.

Mrass und Peters (2017) haben durch eine Befragung von deutschen Plattform-Anbietern und einen indirekten Ansatz einige vorsichtige Schätzungen zum deutschen Crowdfunding-Markt gewonnen. Sie befragten Unternehmensvertreter nicht nach dem Umsatz der eigenen Plattform, sondern nach einer Schätzung für den gesamten deutschen Markt. Basierend darauf betrug der Umsatz aller Crowdfunding-Plattformen in Deutschland für 2016 ca. 45 Mio. Euro. In dieser Zahl sind die an die Crowdfunder ausbezahlten Vergütungen nicht enthalten. Der insgesamt abgewickelte Umsatz wird für den deutschen Markt für 2016 auf ca. 200 Mio. Euro geschätzt. Trotz des noch geringen Volumens in Deutschland werden von den Plattformen hohe zweistellige Umsatzzuwächse über die Jahre ausgewiesen, sodass ein weiteres Wachstum des Marktes zu erwarten ist. In demselben Artikel kommen Mrass und Peters zu einer Schätzung von rund einer Million Crowdfunder in Deutschland (Stand 31.01.2017), wovon ca. ein Viertel aktiv tätig sein soll.

Bonin und Rinne haben in 2017 im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales eine repräsentative Telefonumfrage unter 10.000 deutschsprachigen Erwachsenen durchgeführt. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass unter einem Prozent der Erwachsenen im Bereich Crowdfunding bzw. Plattformarbeit tätig sind. Dabei unterscheiden sie zwischen Crowdfunding, bei dem online vermittelte Aufgaben auch online erledigt werden, und Plattformarbeit, bei der offline ausgeführte Tätigkeiten lediglich online akquiriert wurden. Die Selbsteinschätzung als Crowdfunder bzw. Plattformarbeiter hat sich als sehr fehleranfällig erwiesen (Bonin & Rinne, 2017, S. 9-10). Die Befragten hatten Schwierigkeiten die eingangs erläuterten Begriffe Crowdfunder bzw. Plattformarbeit von anderen webbasierten Aktivitäten, wie z.B. dem Verkauf von Produkten über das Internet oder die Kundenansprache über Online-Inserate, abzugrenzen. Aufgrund dieses Problems und der geringen Verbreitung in der Gesamtbevölkerung sehen Bonin und Rinne aktuell keinen praktikablen Weg, um differenzierte Ergebnisse durch repräsentative Stichproben der Gesamtbevölkerung zu erhalten. Sie empfehlen eine direkte Ansprache der Zielgruppe.

Zu einem wesentlich höheren geschätzten Anteil an aktiven deutschen Crowdfundern kommt Serfling (2018). Basierend auf einer kontinuierlichen Online-Erhebung mit HTML-Widgets kommt er zu einer Schätzung von 4,8% als Anteil an aktiven Crowdfundern in der wahlberechtigten, deutschen Bevölkerung. Bis zu 10,7% der Bevölkerung werden als Crowdfunder-affin bezeichnet, d.h. die Personen sind aktive Crowdfunder, haben Crowdfunder in der Vergangenheit bereits betrieben bzw. können sich dies zukünftig vorstellen. Dabei wird eine weiter gefasste Definition von Crowdfunder zugrunde gelegt, die jede Art von Vermittlung von bezahlten Arbeitsaufträgen über Online-Plattformen oder -marktplätze umfasst. Die HTML-Widgets wurden auf insgesamt 25.000 Webseiten angezeigt. Sie laden die Webseitenbesucher zur Teilnahme an der Online-Befragung ein. Für die Teilnahme ist im nächsten Schritt eine Registrierung notwendig, bei der soziodemografische Informationen erfasst werden. Insgesamt 376.750 Teilnehmer beantworteten die Frage zur Erledigung von über Online-Plattformen oder -marktplätzen vermittelten Arbeitsaufträgen, d.h. dazu, ob sie Crowdfunder-affin sind.

Serfling (2019) hat seine Studie fortgesetzt und die Auswertung der Daten methodisch verändert. Mit Hilfe einer auf soziodemografischen Merkmalen beruhenden Gewichtung berechnet er eine Schätzung zum Anteil an Crowdfundern in der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 15 Jahre. Demnach sind 4% der Bevölkerung aktive Crowdfunder, dabei leisten 2,6% bezahlte Crowdfunder.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es, auch aufgrund der uneinheitlichen Definition und Problemen mit den verschiedenen Erhebungsmethoden, aktuell nur unzureichende Angaben zur Größe des deutschen Crowdfunding-Markts und insbesondere zur Anzahl der aktiven Crowdworker in Deutschland gibt. Die Schätzungen erlauben jedoch die Schlussfolgerung, dass die Crowdworker einen relevanten Anteil an der Erwerbsbevölkerung darstellen. Deshalb ist es wichtig, systematisch die Bedingungen, Chancen und Risiken von Crowdwork zu erforschen, um Handlungsempfehlungen für eine arbeitnehmergerechte Gestaltung von Crowdwork zu ermöglichen.

3 Interdisziplinäre Crowdworkerbefragung

Im folgenden Abschnitt wird die vom Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft der Universitäten Bielefeld und Paderborn durchgeführte Befragung von Crowdworkern detailliert beschrieben. Dabei wird auf die Zielsetzung der Befragung, d.h. die zu untersuchenden Forschungsfragen, die Auswahl der Crowdfunding-Plattformen, deren Crowdworker befragt wurden, die Gestaltung des Fragebogens sowie die Datenerhebung eingegangen.

Die untersuchten Forschungsfragen aus disziplinärer und interdisziplinärer Perspektive

Aus **personalwirtschaftlicher Perspektive** soll auf die Anreizgestaltung auf den Crowdfunding-Plattformen fokussiert werden. Insbesondere wird Bezug auf die Gestaltung leistungsabhängiger Vergütungen und die Einstufung der Crowdworker anhand der plattformtypischen Leistungsevaluationskriterien genommen. Dies können z.B. Ranglisten oder Scores sein. Neben der Gestaltung von Plattformanreizen sollen auch deren Wahrnehmung (u.a. Angemessenheit, Motivation, Reputation) bei den Crowdworkern untersucht werden. Des Weiteren wird der Fragestellung nachgegangen, ob die Crowdworker, insbesondere gegenüber der Plattform, eine Bindung verspüren und das Crowdfunding als dauerhaftes Arbeitsmodell betrachten.

Im Fokus der aus der **psychologischen Forschung** motivierten Fragen stehen die Auswirkungen von Crowdwork auf die subjektive Lebensqualität der Crowdworker. Dazu wird die Wirkung verschiedener Ausprägungsformen von Crowdwork (z.B. Haupt- oder Nebenbeschäftigung, Arbeitsort und -umfang) auf die allgemeine Lebenszufriedenheit und die somatische Gesundheit der Crowdworker erfasst. Die subjektive Wahrnehmung der Fairness im Entlohnungsverhältnis sowie die Persönlichkeitsmerkmale der *Core-Self-Evaluation* des Crowdworkers werden dabei als moderierende Faktoren einbezogen. Eine interdisziplinäre Zusammenarbeit mit der Soziologie umfasst die Ergänzung der Analyse der Persönlichkeitsmerkmale der *Core-Self-Evaluation* bzw. der Fairness auf das Gesundheits- und Zufriedenheitserleben durch die Konstrukte des psychologischen Vertrags und des *Work-Family-Conflicts*. Systematische Zusammenhänge zwischen der *Core-Self-Evaluation* und dem *Work-Family-Conflict* wurden für herkömmliche Beschäftigungsverhältnisse bereits gezeigt (z.B. Yu, 2016). Dieser Fragestellung kommt eine hohe Bedeutung zu, weil sie es ermöglicht, Konsequenzen und Risiken einer entgrenzten und deregulierten Beschäftigungsform, als die Crowdwork vielfach bezeichnet wird, zu erfassen. Auf Basis etablierter arbeitspsychologischer Modelle können Stressoren identifiziert und ein Belastungsmodell für das Crowdfunding aufgestellt werden. Von diesem können praktische Empfehlungen zur arbeitspsychologischen Prävention abgeleitet werden.

Im Mittelpunkt der Fragestellungen, die aus **soziologischer Perspektive** bearbeitet werden, stehen die Belastungen (z.B. Beschäftigungsunsicherheit) und Gratifikationen (z.B. Einkommen), die mit Crowdwork einhergehen. Dabei wird erstens erfragt, inwiefern diese zwischen verschiedenen Crowdwork-Tätigkeiten, privaten Lebensbedingungen und Qualifikationen variieren. Es soll auch verglichen

werden, inwiefern sich Belastungen und Gratifikationen sowie deren Verteilung im Vergleich zu regulär Beschäftigten und Selbstständigen gestalten. Zweitens wird untersucht, inwiefern Belastungen und Gratifikationen im Zusammenhang mit verbesserten oder verschlechterten Vereinbarkeitschancen für das Crowdfunding einhergehen. Dabei wird wiederum die Frage gestellt, inwieweit die relevanten Einflussfaktoren für die Vereinbarkeit von Beruf und Privatem denjenigen ähneln, die die Vereinbarkeit von regulär Beschäftigten und Selbstständigen bedingen, oder ob sich hier neue Ungleichheiten aufdecken lassen. Außerdem soll die Bedeutung der identifizierten Belastungen und Ressourcen für die Gesundheit von Crowdworkern als weitere Auswirkung untersucht werden.

Im Hinblick auf die **informationstechnische Perspektive** liegt der Fokus auf den im Rahmen von Crowdfunding erfassten Daten. Neben der Einstellung der Crowdworker hinsichtlich von Art und Umfang der Datenerfassung geht es um Aspekt der Datensicherheit und des Datenschutzes. Die Befragung soll es ermöglichen, das Bewusstsein der Crowdworker für diese Themen zu identifizieren. Von interdisziplinärem Interesse ist dabei, inwieweit den Crowdworkern bewusst ist, welche Daten erhoben werden und welche Schlüsse daraus gezogen werden können. Wird die Datenerfassung akzeptiert und welche Faktoren beeinflussen sie (z.B. Zweckgebundenheit und finanzieller Ausgleich)? Die Kommunikation zwischen den Crowdworkern und den Plattformbetreibern bzw. Auftraggebern ist ein weiterer untersuchter Gesichtspunkt. Zum einen betrifft das die Art und Häufigkeit der Interaktion, zum anderen die Erfahrungen damit.

Die Ergebnisse der Befragung stellen den Ist-Zustand in digitalisierten Arbeitsprozessen im Crowdfunding in Deutschland dar und bilden durch die Zusammenarbeit der verschiedenen Fachdisziplinen eine wissenschaftliche Basis für die Ausgestaltung zukünftiger digitaler Arbeitsprozesse und vermittelnder Plattformen.

Die Auswahl der untersuchten Crowdfunding-Plattformen

Das Ziel der vorliegenden Befragung ist es, Crowdworker bzgl. aller Aufgaben- und Plattfortmtypen zu ihren Erfahrungen zu befragen. Dazu war es notwendig, im ersten Schritt eine Übersicht über die deutschen Anbieter von Crowdfunding-Plattformen zu erstellen. Eine umfassende Internet- und Literaturrecherche führte zunächst zu einer Liste von 58 deutschsprachigen Plattformen. Um die Plattformen vergleichen zu können, wurden dabei u.a. die Anzahl der registrierten Nutzer, die Art der angebotenen Aufgaben sowie Angaben aus dem Handelsregister erfasst. Außerdem wurde dokumentiert, ob bereits wissenschaftliche Studien zu einer Plattform existieren und ob die Plattform im Rahmen der Initiative Fair Crowd Work³ untersucht wurde. Aus der Gesamtliste wurden die Plattformen ausgewählt, die ihren Hauptsitz oder zumindest eine Niederlassung in Deutschland haben und über eine nennenswerte Größe, d.h. eine ausreichende Anzahl von in Deutschland lebenden Crowdworkern verfügen. Zusätzlich wurde die Aktivität am Umfang und der Aktualität der angebotenen Aufgaben sowie dem Alter von Community- oder Social Media-Beiträgen bewertet. Verblieben sind 16 am deutschen Markt aktive Plattformanbieter, die repräsentative Vertreter der untersuchten Plattfortmtypen sind und über eine potentiell ausreichende Zahl von Nutzern verfügen. Tabelle 2 zeigt eine Übersicht der so ausgewählten Crowdfunding-Plattformen.

Um eine möglichst umfassende wissenschaftliche Analyse des deutschen Crowdfunding-Markts durchführen zu können, wurde zunächst jeweils ein etablierter Vertreter für die verschiedenen in Ab-

³ Fair Crowd Work (www.faircrowd.work) ist eine internationale Initiative zur Bereitstellung von Informationen über Crowd-, App- und plattformbasierte Arbeit aus der Perspektive der Plattform-Beschäftigten und Gewerkschaften. Von deutscher Seite wird die Initiative von der IG Metall unterstützt.

schnitt 2 beschriebenen Plattfortmtypen ausgewählt. Die Plattfortmanbieter sollten ein möglichst breites Spektrum an Aufgaben der jeweiligen Kategorie anbieten. Sie wurden mit einem persönlichen Anschreiben an die Geschäftsführung angesprochen und anschließend durch ein telefonisches Nachfassen kontaktiert. Im Anschreiben wurden die Inhalte und Ziele der Befragung dargestellt sowie über die Datenschutzaspekte aufgeklärt. Letzteres bedeutet die Information darüber, dass es sich um eine anonymisierte Online-Befragung handelt, die Daten keine Rückschlüsse auf einzelne Personen zulassen und ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke gespeichert und ausgewertet werden.

Hatte ein Anbieter kein Interesse oder die Befragung ließ sich dort nicht realisieren, wurde ein weiterer Vertreter desselben Plattfortmtyps angeschrieben. Bei Interesse und einer technischen Umsetzbarkeit wurde die Befragung als vergütete Onlinebefragung durchgeführt. Insgesamt 10 Plattfortmen wurden angesprochen.

Typ	Name	Aufgabenspektrum der Plattfortm	Registrierte Nutzer
Microtask-Plattfortm	clickworker	Datenkategorisierung, Umfragen, Webrecherche, Generierung und Bearbeitung von Trainingsdaten für KI-Anwendungen, Texterstellungen, Datenpflege	225.000 (D)
	WorkGenius (früher Mylittlejob)	Grafik- und Texterstellung, Tagging, Datenpflege, Transkription, Programmierungen, Recherche, Umfragen, Übersetzungen	250.000 (Freiberufler/Studenten)
	Crowd Guru	Kategorisierung, Tagging, Recherche, Datenpflege, Texterstellung, Generierung von Trainingsdaten für ML	52.000 (weltweit)
Mobile Crowd-working-Plattfortm	ShopScout	Mystery-Shopping, Testkäufe und Umfragen (gehört seit 11/2018 zu Streetspotr)	k.A.
	Streetspotr	Mystery-Shopping, Umfragen, Prüfung von Produktplatzierungen/Werbekampagnen am Point-of-Sale	600.000 (weltweit)
	appJobber	Fotografieren von Produkten am Point-of-Sale, Umfragen, Überprüfung von Öffnungszeiten und Geschwindigkeitsbeschränkungen	300.000 (Europa)
Marktplatz-Plattfortm	Content.de	Texte für Blogs, Shops oder Websites, Ratgebertexte	6.500 (D)
	Textbroker	Produktbeschreibungen, Blogartikel, Fachtexte, Pressemitteilungen, Social-Media-Posts	k.A.
	Freelance	Vermittlung zwischen Projektanbietern und Freiberuflern (IT-Spezialisten, Ingenieure und Techniker, Buchhaltung u.a.)	ca. 60.000
Design-/Innovations-Plattfortm	Designenlassen	Logo und Corporate-Design, Verpackung und Cover, Web-Design und Apps, Werbung, Namenfindung, Bekleidung	75.700 (weltweit)
	Jovoto	Design- und Innovationswettbewerbe, z.B. für Kommunikationskonzepte, Produkt- oder Webseitendesign, Produkt- oder Serviceinnovationen	80.000 (weltweit)
	99designs	Corporate Identity Pakete, Logo- und Visitenkarten-Design, Webseiten, Kleidung und Merchandise	900.000 (weltweit)
	Crowdsite	Logos, Corporate Design, Drucksachen, Namens- und Sloganfindung	82.000 (weltweit)
Testing-/Software Development-Plattfortm	Applause (uTest)	Testen von Software (Funktionalität, Zahlungswege, Verkaufskanäle, Sicherheit, Verfügbarkeit, Nutzerfreundlichkeit, Sprachschnittstellen)	400.000 (weltweit)
	Testbirds	Test von Webseiten, Apps, IoT-Anwendungen, Spielen, Chatbots (Qualität, Nutzerfreundlichkeit u.a.)	300.000 (weltweit)
	test IO	Test von Apps, Websites und Spielen	k.A.

Tabelle 2. Übersicht Plattfortmauswahl

Für vier Plattfortmtypen konnten auf diesem Wege Erhebungen durchgeführt werden:

- eine Microtask-Plattfortm,
- eine Mobile Crowworking-Plattfortm,
- eine Marktplatz-Plattfortm und
- eine Testing-/Software Development-Plattfortm.

Da Umfragen nicht zum üblichen Aufgabenspektrum von Design- und Innovationsplattfortmen gehören und dort in der Regel ergebnisorientierte Wettbewerbe durchgeführt werden, ist es bisher nicht gelungen, eine Plattfortm dieses Typs für eine Zusammenarbeit zu gewinnen.

Der Aufbau des Fragebogens

Der interdisziplinäre Online-Fragebogen umfasst insgesamt 71 Einzelfragen bzw. Fragenkomplexe zu verschiedenen Aspekten des Crowworking. Die Erhebung erfolgte mit dem Online-Befragungstool Unipark. Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang.

Information und Einverständniserklärung

Zuerst erfolgt eine ausführliche Information zum Ablauf, zum Zweck der Befragung, zum Begriff Crowworking, zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz. Die Teilnehmer müssen den Vergütungsbedingungen zustimmen und ihr Einverständnis zur Datenerhebung geben, um fortfahren zu können.

Allgemeines zur Crowdwork / Arbeit auf der Plattfortm

Zunächst werden allgemeine Angaben zur Arbeit auf Plattfortmen erfasst, zum Beispiel seit wann, wie häufig, von welchem Ort und auf welchen Plattfortmen Aufgaben bearbeitet werden. Darüber hinaus wird nach der Art und Verfügbarkeit von Aufgaben sowie den für die Bearbeitung notwendigen Kenntnissen gefragt. Neben der Motivation für das Crowworking wird erhoben, wie wahrscheinlich Crowdwork auch zukünftig ausgeübt wird.

Beschäftigungsbeziehungen / Kosten-Nutzen-Verhältnis

Anschließend wird um Auskunft zu Beschäftigungsaspekten, wie z.B. zu den Erwartungen an die Vergütung, die Planbarkeit, die langfristige Perspektive, die Bewertung durch den Auftraggeber, die Unterstützung durch die Plattfortm oder die Austauschmöglichkeiten mit anderen Crowworkern gebeten. Der nächste Fragenkomplex beschäftigt sich mit den mit der Tätigkeit verbundenen Belastungen, der Bindung an eine bestimmte Plattfortm sowie den Möglichkeiten der Leistungseinstufung und deren Bewertung.

Kommunikation auf der Crowworking-Plattfortm

Die Fragen zur Kommunikation auf der Plattfortm umfassen die Art, die Häufigkeit und die Qualität der Kommunikation sowie die Information über die Gründe für die Ablehnung eines Arbeitsergebnisses.

Beruf und Leben

Im Abschnitt zur Wahrnehmung der Arbeits- und Lebenssituation werden Fragen zur allgemeinen Lebenszufriedenheit, zur somatischen Gesundheit und zur psychischen Beanspruchung gestellt. Darüber hinaus werden Angaben zur Persönlichkeit und zu allgemeinen Handlungstendenzen der Crowworker erfragt. Im Anschluss daran geht es um die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Datensicherheit / Datenerfassung

Die Fragen zu den Themen Datensicherheit und Datenerfassung untersuchen die Erwartungen und den Wissensstand der Crowworker hinsichtlich der Erfassung und Verarbeitung ihrer (personenbezogenen) Daten bei der Kommunikation bzw. der Arbeit auf der Plattfortm.

Soziodemografie

Der letzte Teil des Fragebogens beinhaltet eine ausführliche Erhebung des soziodemografischen Hintergrunds der Crowdworker, d.h. Informationen zu Alter, Geschlecht, Familienstand, Erwerbstätigkeit, Ausbildung, Einkommen, Kindern und Migrationshintergrund. Die Angaben zum persönlichen bzw. zum Haushaltseinkommen sind freiwillig. Nur bei Personen, die in einem regulären Arbeitsverhältnis stehen, werden weitere Details zur Erwerbstätigkeit erfasst. Genauso verhält es sich bei den Fragen zur Partnerschaft und zu Kindern im Haushalt. Auch diese werden nur dann gestellt, wenn sie relevant sind.

Verwendete Instrumente und Konstrukte

Eine Reihe von Faktoren wurde mit Hilfe von standardisierten Erhebungsinstrumenten und Konstrukten erfasst (Tabelle 3).

Instrument	Quelle
Commitment Organisation, Beruf und Beschäftigungsform (COBB)	Felfe, Six, Schmook und Knorz (2014)
Organizational Commitment Questionnaire (OCQ)	Maier und Woschée (2014)
Satisfaction with Life-Scale (SWL-5)	Glaesmer, Grande, Braehler und Roth (2011)
Somatic Symptom Scale (SSS-8)	Gierk et al. (2014)
Core Self Evaluation Scale (CSE)	Stumpp, Muck, Hülshager, Judge und Maier (2010)
Work-Family-Conflict	Abendroth, Melzer, Jacobebbinghaus und Schlechter (2014)

Tabelle 3. Verwendete standardisierte Instrumente

Die Datenerhebung

Die Erhebung erfolgte als anonyme, vergütete Onlinebefragung, indem die Crowdworker entweder von der Plattform per E-Mail kontaktiert wurden oder die Umfrage im üblichen Rahmen als Aufgabe auf der Plattform angeboten wurde.

Um statistisch signifikante Aussagen treffen zu können, wurde mit Hilfe einer Poweranalyse ermittelt, dass eine Stichprobengröße von 200 Teilnehmern je Plattform notwendig ist⁴. Beim Erreichen von 200 ausgefüllten Fragebögen wurde dieser von der verwendeten Software automatisch für weitere Teilnahmen geschlossen. Da bereits begonnene Umfragen zu Ende geführt werden konnten, wurde die exakte Zahl 200 teilweise geringfügig überschritten.

Je nach Plattform betrug die Feldzeit, d.h. der Zeitraum, in dem der Fragebogen online war, zwischen 3,5 Stunden und 12 Tagen im November und Dezember 2018 bzw. Mai und Juni 2019. Die mittlere Bearbeitungszeit ohne Unterbrechung betrug 26 Minuten (Standardabweichung 21 Minuten), schwankte jedoch stark bei einem Minimum von 5 Minuten und einem Maximum von 477 Minuten. Es bestand die Möglichkeit den Fragebogen nach einer Unterbrechung weiter zu bearbeiten und zu beenden. Der Anteil dieser unterbrochenen, aber letztendlich vollständigen, Erhebungen betrug plattformabhängig zwischen 3% und 12%.

Unvollständig ausgefüllte Fragebögen wurden nicht verwendet. Direkt auf der Startseite haben je Plattform zwischen einem und 37 Crowdworkern die Umfrage abgebrochen. Eine mögliche Erklärung

⁴ Die Analyse erfolgt mit Hilfe des frei verfügbaren Tools G*Power (<http://www.gpower.hhu.de/>) für verschiedene Testverfahren unter der Annahme einer mittleren Effektstärke von $d=0,3$ bei einer Teststärke von 0,95 (Faul, Erdfelder, Buchner & Lang, 2009).

für dieses Verhalten ist, dass die Personen, nachdem sie sich über den Inhalt der Aufgabe informiert hatten, kein Interesse mehr an der Teilnahme hatten. Die Anzahl der Abbrüche nach der Startseite ist als sehr gering einzustufen und betrug je nach Plattform zwischen einem und 15 Teilnehmern.

Aufgrund eines technischen Problems konnten sechs Teilnehmer die letzte Seite des Fragebogens nicht ausfüllen. Für diese Personen fehlen die Angaben zum Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund. Da jedoch alle anderen Fragen beantwortet wurden, wurden diese sechs Datensätze in die Analysen einbezogen.

4 Übersicht zu den erhobenen Daten

Datenqualität und Datenaufbereitung

Anhand der Kontrollfrage „Welches Datum gilt als der letzte Tag in einem Kalenderjahr?“ wurden ungeeignete Datensätze identifiziert. Insgesamt konnten 812 ausgefüllte Fragebögen gewonnen werden. Neun Personen haben die Kontrollfrage falsch beantwortet. Die entsprechenden Datensätze wurden ausgeschlossen. In die Analyse der Daten gingen somit 803 Teilnahmen ein. Diese verteilen sich wie in [Tabelle 4](#) angegeben auf die verschiedenen Plattformtypen.

Plattformtyp	Vollständige Fragebögen	Kontrollfrage falsch beantwortet	Datensätze in Analyse
Microtask	199	4	195
Mobile Crowdfunding	201	3	198
Marktplatz	206	2	204
Testing-/Software Development	206	0	206
Gesamt	812	9	803

Tabelle 4. Anzahl Datensätze in der Stichprobe je Plattformtyp

Der Einfluss der Bearbeitungszeit auf die Datenqualität wurde mit dem Ziel untersucht, einen Schwellenwert zu finden, unter dem nicht mehr von einer sinnvollen Beantwortung der Fragen ausgegangen werden kann. Es hat sich gezeigt, dass es hinsichtlich der Verteilung der soziodemografischen Merkmale sowie bei den Angaben zu Ort und Zeit für das Crowdfunding keine signifikanten⁵ Unterschiede zwischen kurzen und normalen Bearbeitungszeiten sowie unterbrochenen Fragebögen gibt. Eine Ausnahme bildet dabei das Alter. Das Alter von Personen mit längerer Bearbeitungszeit ist höher.

Für die Betrachtung der Datenqualität wurden die Datensätze für alle Plattformen in einer gemeinsamen Analysedatei untersucht, um eine ausreichende Fallzahl für die unterschiedlichen Merkmalsausprägungen zu erhalten. Aufgrund der Erfahrungen aus der Entwicklungs- und Testphase des Fragebogens (u.a. interner Pretest) wurde für die Analyse des Einflusses der Bearbeitungszeit die Einteilung anhand eines Schwellenwerts von 15 Minuten vorgenommen. Das heißt Personen, die für die Beantwortung des kompletten Fragebogens weniger als 15 Minuten gebraucht haben, wurden mit den Personen verglichen, die mindestens 15 Minuten benötigten und die Bearbeitung nicht unterbrochen haben. [Tabelle 5](#) zeigt die Größe der Analysegruppen.

Datensätze von Personen, die den Fragebogen in weniger als 10 Minuten beantwortet haben, wurden zusätzlich einer Sichtprüfung auf vorhandene Antwortmuster unterzogen. Auch diesbezüglich ließen

⁵ Signifikante Chi-Quadrat-Tests bei ausreichender Zellenhäufigkeit.

sich keine eindeutig unbrauchbaren Datensätze identifizieren. Als Resultat wurde kein Datensatz aufgrund der Bearbeitungszeit ausgeschlossen.

Bearbeitungszeit	Anzahl	Anteil
Bis 15 Minuten	119	14,8%
Ab 15 Minuten	628	78,2%
Unterbrochen	56	7,0%
Gesamt	803	100%

Tabelle 5. Gruppeneinteilung zur Untersuchung des Einflusses der Bearbeitungszeit

Die Struktur der Stichprobe

Um die soziodemografische Struktur der befragten Crowdworker zu beschreiben, wird die Zusammensetzung der Stichprobe auf den untersuchten Plattformtypen anhand der gängigen Merkmale Geschlecht, Alter, Erwerbsstatus und höchster Bildungsabschluss dargestellt. Bereits bei diesen wenigen Merkmalen werden die Unterschiede zwischen den einzelnen Plattformtypen deutlich.

Verteilung des Geschlechts

Abbildung 1 und Tabelle 6 stellen die Verteilung des Geschlechts je Plattform basierend auf den Antworten auf die Frage „Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.“ dar. Unter den Teilnehmern befinden sich etwas mehr Männer als Frauen. Die Verteilung der Geschlechter unterscheidet sich je nach Plattformtyp deutlich. Den höchsten Frauenanteil hat die Marktplatz-Plattform mit 61,3%, wogegen es im Mobile Crowdfunding-Bereich nur 28,8% sind.

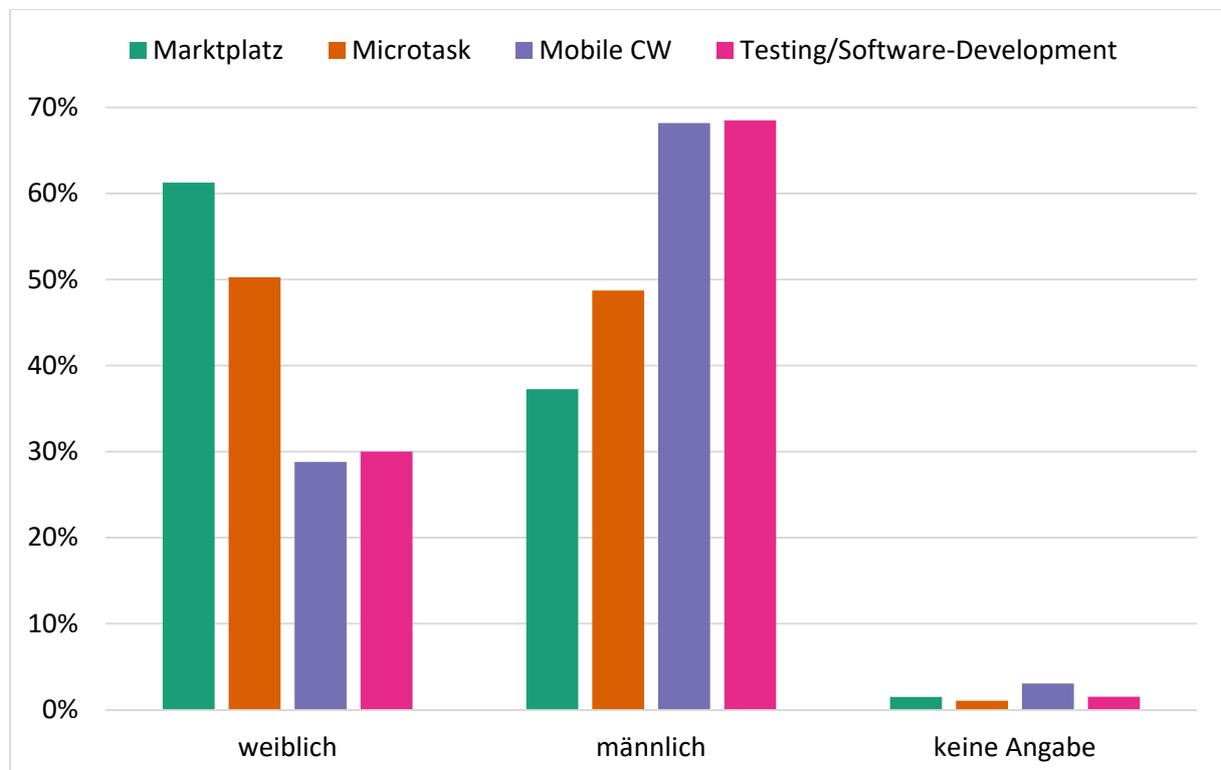


Abbildung 1. Verteilung des Geschlechts nach Plattformtyp⁶

⁶ Farbschema von C. A. Brewer (<http://colorbrewer2.org>)

Plattformtyp	weiblich		männlich		keine Angabe	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Marktplatz	125	61,3%	76	37,3%	3	1,5%
Microtask	98	50,3%	95	48,7%	2	1,0%
Mobile CW	57	28,8%	135	68,2%	6	3,0%
Testing/SW-Dev.*	60	30,0%	137	68,5%	3	1,5%
Gesamt	340	42,7%	443	55,6%	14	1,8%

*SW-Dev. = Software Development

Tabelle 6. Verteilung des Geschlechts nach Plattformtyp

Verteilung des Alters

Der Fragebogen erfasst das Alter über die Frage „In welchem Jahr wurden Sie geboren?“. Basierend auf der Jahreszahl wurde das Alter berechnet und einer Altersgruppe zugeordnet. [Abbildung 2](#) und [Tabelle 7](#) geben die Verteilung der Altersgruppen je Plattform wieder. Am stärksten ist die Altersgruppe der 26- bis 35-jährigen in der Stichprobe vertreten. Wie schon beim Geschlecht gibt es auch beim Alter deutliche Unterschiede zwischen den Plattformen. Bei der Microtask-Plattform sind in etwa die Hälfte der Crowdworker jünger als 36 Jahre. Bei der Mobile Crowdworking-Plattform sind es etwa 60%, bei der Testing-/Software Development-Plattform sogar fast 70%. Auf der Marktplatz-Plattform sind hingegen nur 30% der Befragten bis 35 Jahre alt. Die Crowdworker der Marktplatz-Plattform sind also im Schnitt älter, die der Mobile-Crowdworking und Testing-/Software Development-Plattform sind jünger.

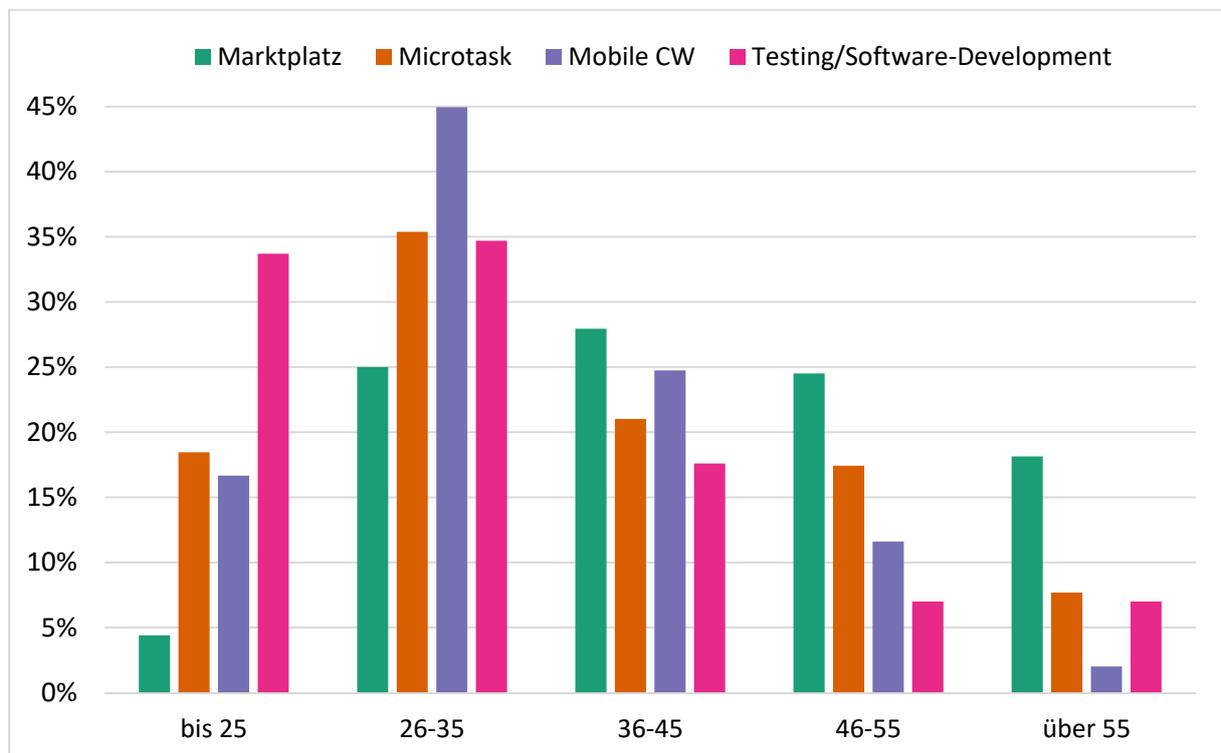


Abbildung 2. Altersverteilung (in Jahren) nach Plattformtyp

Plattform-typ	bis 25 Jahre		26-35 Jahre		36-45 Jahre		46-55 Jahre		über 55 Jahre	
	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil
Marktplatz	9	4,4%	51	25,0%	57	27,9%	50	24,5%	37	18,1%
Microtask	36	18,5%	69	35,4%	41	21,0%	34	17,4%	15	7,7%
Mobile CW	33	16,7%	89	44,9%	49	24,7%	23	11,6%	4	2,0%
Testing/SW-Dev.*	67	33,7%	69	34,7%	35	17,6%	14	7,0%	14	7,0%
Gesamt	145	18,2%	278	34,9%	182	22,9%	121	15,2%	70	8,8%

*SW-Dev. = Software Development

Tabelle 7. Altersverteilung nach Plattformtyp

Verteilung des Erwerbsstatus

In Tabelle 8 ist die Verteilung des aktuellen Erwerbsstatus der Befragten basierend auf den Antworten auf die Frage „Wie sieht Ihr derzeitiger Erwerbsstatus aus?“ dargestellt. „Nicht erwerbstätig“ umfasst dabei auch „arbeitslos“, „Elternzeit/Kindererziehung“ und „Rente“. Fast die Hälfte der Crowdworker ist neben der Crowdwork in einem Angestelltenverhältnis tätig (48,4%). Die Unterschiede zwischen den Plattformen sind bezüglich des Erwerbsstatus besonders ausgeprägt. Während die Mehrzahl der Crowdworker der Marktplatzplattform selbstständig tätig ist, ist es bei den anderen Plattformen nur ein geringer Anteil. Dafür sind dort die meisten Crowdworker in einem Angestelltenverhältnis, beim Mobile Crowdworking sogar 71,7%. Auffällig ist der relativ hohe Anteil an Studierenden bzw. Auszubildenden unter den Befragten der Testing-/Software-Development-Plattform.

Plattform-typ	angestellt		selbstständig		angestellt und selbstständig		Studium oder Ausbildung		nicht erwerbstätig	
	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil	An-zahl	Anteil
Marktplatz	36	17,6%	116	56,9%	18	8,8%	7	3,4%	27	13,2%
Microtask	103	52,8%	32	16,4%	8	4,1%	26	13,3%	26	13,3%
Mobile CW	142	71,7%	9	4,5%	11	5,6%	20	10,1%	16	8,1%
Testing/SW-Dev.*	108	52,4%	23	11,2%	11	5,3%	47	22,8%	17	8,3%
Gesamt	389	48,4%	180	22,4%	48	6,0%	100	12,5%	86	10,7%

*SW-Dev. = Software Development

Tabelle 8. Verteilung des Erwerbsstatus nach Plattformtyp

Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses

Neben dem Erwerbsstatus ist der höchste Bildungsabschluss ein wichtiges soziodemografisches Merkmal. Dieser wurde durch die Frage „Welche Ausbildungs- und Studienabschlüsse haben Sie?“ bestimmt. Generell sind die Crowdworker sehr gut ausgebildet. Nur 15,3% haben keinen Ausbildungsabschluss. Diese Gruppe beinhaltet jedoch auch Personen, die sich gerade in einer Ausbildung befinden oder studieren. Zwischen den Plattformen gibt es hinsichtlich der Anteile der verschiedenen Bildungsabschlüsse deutliche Unterschiede. Bei der Marktplatz-Plattform hat mehr als die Hälfte der Befragten (58,3%) einen Hochschulabschluss. Demgegenüber ist es bei der Mobile Crowdworking-Plattform nur ein Drittel. Dafür haben 39% dieser Crowdworker eine abgeschlossene Berufsausbildung.

Plattform- typ	keine abge- schlossene Ausbildung		Berufsausbil- dung		Fachschule		Bachelor		Master/Diplom	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
Marktplatz	12	5,9%	59	28,9%	14	6,9%	38	18,6%	81	39,7%
Microtask	26	13,3%	44	22,6%	33	16,9%	45	23,1%	47	24,1%
Mobile CW	31	15,7%	78	39,4%	23	11,6%	27	13,6%	39	19,7%
Testing/ SW-Dev.*	54	26,2%	46	22,3%	17	8,3%	39	18,9%	50	24,3%
Gesamt	123	15,3%	227	28,3%	87	10,8%	149	18,6%	217	27,0%

*SW-Dev. = Software Development

Tabelle 9. Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses nach Plattformtyp

Verteilung der Dauer der Crowdfunding-Tätigkeit

Um die Bedeutung der Crowdfunding-Tätigkeit zu erfassen, wurden die Teilnehmer befragt, wie lange sie schon Crowdfunding betreiben (Frage: „Wie lange machen Sie bereits Crowdfunding im Allgemeinen?“). Ungefähr ein Drittel der Crowdfunder ist seit weniger als einem Jahr aktiv, 21,4% betreiben hingegen schon mehr als 5 Jahre diese Form der Tätigkeit. Hintergrund für diese Verteilung sind die Unterschiede bei den einzelnen Plattformtypen. So ist im Microtask-Bereich fast die Hälfte der Befragten weniger als ein Jahr dabei. Bei der Marktplatz-Plattform sind dagegen 53,4% mehr als 5 Jahre als Crowdfunder aktiv.

Plattformtyp	bis 1 Jahr		1-2,5 Jahre		2,5-5 Jahre		mehr als 5 Jahre	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Marktplatz	27	13,2%	26	12,7%	42	20,6%	109	53,4%
Microtask	94	48,2%	48	24,6%	30	15,4%	23	11,8%
Mobile CW	64	32,3%	47	23,7%	60	30,3%	27	13,6%
Testing/ SW- Dev.*	87	42,2%	43	20,9%	63	30,6%	13	6,3%
Gesamt	272	33,9%	164	20,4%	195	24,3%	172	21,4%

*SW-Dev. = Software Development

Tabelle 10. Verteilung der Crowdfunding-Dauer nach Plattformtyp

5 Fazit

Im vorliegenden Technical Report wurde eine Erhebung zu Erfahrungen, Chancen und Risiken des Crowdfunding aus der Perspektive deutscher Crowdworker vorgestellt. Wesentliche soziodemografische Merkmale konnten identifiziert werden.

Leimeister und Durward et al. (2016, S. 22) erläutern, dass das Erhebungsinstrument einer Online-Befragung für Crowdworker besonders geeignet ist, weil diese Personengruppe per se im Internet aktiv ist und diese Erhebungsmethode Anonymität, Flexibilität sowie zeitliche und räumliche Unabhängigkeit gewährleistet. Sowohl die Anzahl der Falschantworten bei der Kontrollfrage, als auch die Ergebnisse der Analyse des Einflusses der Bearbeitungszeit lassen eine hohe Datenqualität vermuten. Der Online-Fragebogen hat sich als geeignetes Instrument für die Befragung der Zielgruppe Crowdworker erwiesen.

Den Autorinnen und Autoren ist keine weitere quantitative Studie zu deutschen Crowdworkern bekannt, die für verschiedene Plattformtypen unterschiedliche Aspekte des Crowdfunding derart umfassend untersucht. Mit den erhobenen Daten ist es nun möglich, die beschriebenen Forschungsfragen für die betrachteten Plattformtypen zu untersuchen. Zusätzlich ist eine vergleichende Analyse der Plattformtypen und damit des Einflusses der Art der bearbeiteten Aufgaben möglich. Die Crowdworkerbefragung ist bezüglich dieser Betrachtung nicht vollständig, da nicht für alle Typen eine Plattform für die Teilnahme gewonnen werden konnte. Diese Lücke soll nach Möglichkeit zukünftig geschlossen werden. Insofern ist die interdisziplinäre Crowdworkerbefragung ein laufendes Projekt des Forschungsschwerpunkts Digitale Zukunft.

Die Auswertung der Daten und die Publikation der Ergebnisse wird sowohl in interdisziplinärer Form als auch in Fachzeitschriften anhand der beschriebenen Forschungsfragen erfolgen. Einige Resultate gehen in die Dissertationen der beteiligten Doktorandinnen und Doktoranden ein. Neben den wissenschaftlichen Erkenntnissen hat die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Befragung für die beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler wichtige Erfahrungen in der interdisziplinären Zusammenarbeit mit sich gebracht.

Mit der interdisziplinären Crowdworkerbefragung will der Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft einen wichtigen Beitrag zur Erstellung einer wissenschaftlich fundierten Basis zu den Arbeitsbedingungen des Crowdfunding in Deutschland leisten.

6 Literaturverzeichnis

- Abendroth, A., Melzer, S. M., Jacobebbinghaus, P. & Schlechter, F. (2014). Methodological Report Employee and Partner Surveys of the Linked Employer- Employee Panel (LEEP-B3) in Project B3 “Interactions Between Capabilities in Work and Private Life: A Study of Employees in Different Work Organizations”. *SFB 882 Technical Report Series, 12*. Verfügbar unter <https://pub.uni-bielefeld.de/download/2700866/2700870>
- Al-Ani, A. & Stumpp, S. (2015). Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern. (Motivations and Enforcement of Interests on Commercial Platforms: A Survey among Creative- and IT-Crowdworkers.). *HIIG Discussion Paper Series No. 2015-05*. Verfügbar unter <https://ssrn.com/abstract=2699065>
- Bertschek, I., Ohnemus, J. & Viète, S. (2015). Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern an das Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Endbericht zur Kurzexzerte. *ZEW-Gutachten und Forschungsberichte*. Verfügbar unter <http://hdl.handle.net/10419/130515>
- Bonin, H. & Rinne, U. (2017). Omnibusbefragung zur Verbesserung der Datenlage neuer Beschäftigungsformen. Kurzexzerte im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales. *IZA research report No. 80*. Verfügbar unter http://legacy.iza.org/en/webcontent/publications/reports/report_pdfs/iza_report_80.pdf
- Brabham, D. C. (2010). Moving the crowd at Threadless: Motivations for participation in a crowdsourcing application. *Information, Communication & Society, 13*(8), 1122–1145.
- Brewer, C. A.. *Color advice for cartography*. Zugriff am 14.08.2019. Verfügbar unter <http://www.ColorBrewer.org>
- Brewer, R., Morris, M. R. & Piper, A. M. (2016). Why would anybody do this? Older adults’ understanding of and experiences with crowd work. In *CHI’16 Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (S. 2246–2257). New York: ACM.
- Deng, X. N. & Joshi, K. D. (2016). Why Individuals Participate in Micro-task Crowdsourcing Work Environment: Revealing Crowdworkers’ Perceptions. *Journal of the Association for Information Systems, 17*(10), 648–673.
- Deng, X. N., Joshi, K. D. & Galliers, R. D. (2016). The duality of empowerment and marginalization in microtask crowdsourcing: Giving voice to the less powerful through value sensitive design. *MIS Quarterly, 40*(2), 279–302.
- Egelman, S., Kannavara, R. & Chow, R. (2015). Is This Thing On? Crowdsourcing Privacy Indicators for Ubiquitous Sensing Platforms. In *CHI’15 Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing System* (S. 1669–1678). New York: ACM.
- Estellés-Arolas, E. & González-Ladrón-de-Guevara, F. (2012). Towards an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information Science, 38*(2), 189–200.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A. & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods, 41*(4), 1149–1160.
- Feldmann, C., Hensen, P. & Giard, N. (2018). *Crowdworking: Einflüsse der Arbeitsbedingungen auf die Motivation der Crowd Worker*. Universität Bielefeld / Universität Paderborn (Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft). Verfügbar unter <https://pub.uni-bielefeld.de/download/2930948/2930949>
- Felfe, J., Six, B., Schmook, R. & Knorz, C. (2014). Commitment Organisation, Beruf und Beschäftigungsform (COBB). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen*.
- Gierk, B., Kohlmann, S., Kroenke, K., Spangenberg, L., Zenger, M., Brahler, E. et al. (2014). The Somatic Symptom Scale-8 (SSS-8): A brief measure of somatic symptom burden. *JAMA Internal Medicine, 174*(3), 399–407.

- Glaesmer, H., Grande, G., Braehler, E. & Roth, M. (2011). The German Version of the Satisfaction With Life Scale (SWLS). Psychometric Properties, Validity, and Population-Based Norms. *European Journal of Psychological Assessment*, 27(2), 127–132.
- Kaganer, E., Carmel, E., Hirschheim, R. A. & Olsen, T. (2013). Managing the human cloud. *MIT Sloan Management Review*, 54(2), 23–32.
- Leimeister, J. M., Durward, D. & Zogaj, S. (2016). Crowd Worker in Deutschland: Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen. *Reihe: Study der Hans-Böckler-Stiftung, Nr. 323*. Verfügbar unter <https://www.boeckler.de/5248.htm?produkt=HBS-006421>
- Leimeister, J. M. & Zogaj, S. (2013). Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing. Eine Literaturstudie. *Reihe: Arbeitspapier, Arbeit und Soziales, Bd. 287*. Verfügbar unter <https://www.boeckler.de/6299.htm?produkt=HBS-005591>
- Leimeister, J. M., Zogaj, S., Durward, D. & Blohm, I. (2016). Systematisierung und Analyse von Crowdsourcing-Anbietern und Crowd-Work-Projekten. *Reihe: Study der Hans-Böckler-Stiftung, Nr. 324*. Verfügbar unter <https://www.boeckler.de/5248.htm?produkt=HBS-006379>
- Maier, G. W. & Woschée, R. (2014). Deutsche Fassung des Organizational Commitment Questionnaire (OCQ-G). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen*.
- Mrass, V. & Peters, C. (2017). Crowdworking-Plattformen in Deutschland. In: Leimeister, J. M. (Ed.). *Working Paper Series, Nr. 16, Kassel, Germany*.
- Serfling, O. (2018). Crowdworking Monitor No. 1. *Discussion Papers in Behavioural Sciences and Economics, Nr. 4*. Verfügbar unter <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26833.79206>
- Serfling, O. (2019). Crowdworking Monitor Nr. 2. *Discussion Papers in Behavioural Sciences and Economics, Nr. 5*. Verfügbar unter <https://www.hochschule-rhein-waal.de/de/fakultaeten/gesellschaft-und-oekonomie/forschung/discussion-papers>
- Stumpp, T., Muck, P. M., Hülshager, U. R., Judge, T. A. & Maier, G. W. (2010). Core self-evaluations in Germany: Validation of a German measure and its relationships with career success. *Applied Psychology*, 59(4), 674–700.
- Sturman, M. C. & Walsh, K. (2014). Strengthening the employment relationship. The effects of work-hours fit on key employee attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 35(6), 762–784.
- Yu, K. (2016). Better and Worse: A Dual-Process Model of the Relationship between Core Self-evaluation and Work-Family Conflict. *Frontiers in Psychology*, 7, Article 1579.

7 Anhang

Fragebogen

1 Einverständnis Abwicklung

Die vollständige Beantwortung des Fragebogens wird mit [x] Euro vergütet. Bitte beachten Sie, dass eine Beantwortung des Fragebogens nur für die ersten 200 Teilnehmer möglich ist. Nach Erreichen dieser Gesamtzahl sind keine weiteren Teilnahmen mehr möglich.

Wichtige Hinweise:

1. Bitte nutzen Sie während der Umfrage nicht den "Zurück"-Button Ihres Browsers oder Handys, sondern den im unteren Bereich eingeblendeten "Zurück"-Button, um zur vorherigen Seite zu gelangen.
2. Zur Überprüfung der Datenqualität verwenden wir im Fragebogen eine leicht beantwortbare Kontrollfrage.

Stimmen Sie dem oben beschriebenen Vorgehen zu?

Sie müssen „Ja“ auswählen, um an der Umfrage teilnehmen zu können.

Ja

2 Einverständnis zur Datenerhebung

Sie nehmen an einer wissenschaftlichen Studie der Universitäten Bielefeld und Paderborn zur Ihren Erfahrungen zum Thema Crowdfunding teil. Zum Abschluss werden Ihnen einige Fragen zu Ihrer Person, z.B. zu Ihrem Alter, zu Ihrem Familienstand, zu Ihrer Herkunft, zu Ihrer Berufsausbildung und zu Ihrem Einkommen gestellt.

Die Befragung ist anonym, d.h. alle Antworten werden ausschließlich anonym erfasst und gespeichert. Rückschlüsse auf einzelne Personen sind nicht möglich. Ihre Teilnahme ist freiwillig. Es entstehen keine Nachteile, wenn Sie nicht teilnehmen. Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt.

Wir nutzen die Befragungssoftware Unipark der Firma Questback GmbH. Informationen zum Datenschutz und zur Datensicherheit bei Questback finden Sie unter <https://www.unipark.com/datenschutz/>.

Die anonymisierten Daten werden auf den Unipark-Servern in Deutschland, sowie Servern der Universität Bielefeld und der Universität Paderborn nur für den Zweck der wissenschaftlichen Studie gespeichert und ausgewertet. Insbesondere erfolgt keine Weitergabe von Befragungsdaten an kommerzielle Nutzer oder an Verwaltungsbehörden. Die Ergebnisse lassen keinerlei Rückschlüsse auf einzelne Personen zu.

Stimmen Sie den obenstehenden Bedingungen zu? Durch Klicken auf „Ja“, geben Sie an, dass Sie die Fragen in dieser Umfrage beantworten möchten. Sie können die Bearbeitung jederzeit abbrechen. Eine Vergütung erfolgt jedoch nur für vollständig ausgefüllte Fragebögen.

Sie müssen „Ja“ auswählen, um an der Umfrage teilnehmen zu können.

Ja, Ich habe die Informationen zum Datenschutz gelesen und bin einverstanden.

3 Begrüßung

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

wir sind Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Universitäten Bielefeld und Paderborn. Im Rahmen der Erforschung neuer Formen von Arbeit interessieren wir uns für eine gute, sichere und faire Arbeit im Internet. Im Folgenden möchten wir Ihnen Fragen zum Thema plattformbasiertes Arbeiten im Internet bzw. zum sogenannten „Crowdfunding“ stellen. [Name der Plattform] ist ein typischer Anbieter von Crowdfunding. Aus diesem Grund möchten wir Sie gerne zu Ihrer persönlichen Meinung und Ihren Erfahrungen zu diesem Thema befragen.

Was verstehen wir unter Crowdfunding?

- Beim Crowdfunding werden Aufgaben mit einem klaren Ziel auf einer speziell dafür vorgesehenen Internetseite angeboten.
- Die Aufgaben werden im Vorhinein durch einen Auftraggeber, wie einem Unternehmen, mit einer Aufgabenbeschreibung und einer Belohnung, in der Regel Geld, eingestellt.
- Die angemeldeten Nutzer können sich dabei frei aussuchen, ob und welche Aufgaben sie bearbeiten möchten.
- Die Bearbeitung erfolgt hauptsächlich im Internet, daher kann in der Regel gewählt werden, ob zuhause oder unterwegs gearbeitet und ob ein Computer, Tablet oder Smartphone verwendet wird.
- Typische Crowdfunding Aufgaben können unter Anderem sein: Beantworten von Umfragen, Sortieren von Daten, Fotos mit Stichwörtern versehen, grafisches Design, Fotografie, Testen von Internetseiten und Apps, Ideensammlungen, ...

4 Allgemein zur Crowdwork / Arbeit auf der Plattform I

Im Folgenden möchten wir Ihnen einige Fragen zu Ihrer Arbeit auf Crowdfunding-Plattformen stellen. Wie lange sind Sie bereits auf [Name der Plattform] registriert?

z. B. dreieinhalb Jahre = 3 Jahre und 6 Monate

Jahre: _____ Monate: _____

Wie lange machen Sie bereits Crowdfunding im Allgemeinen?

z. B. dreieinhalb Jahre = 3 Jahre und 6 Monate

Jahre: _____ Monate: _____

Wie viele weitere Crowdfunding-Plattformen nutzen Sie?

_____ Plattformen

Auf welchen Crowdfunding-Plattformen sind Sie neben [Name der Plattform] aktiv?

Bitte geben Sie hier die Namen der Plattformen an.

5 Allgemein zur Crowdwork / Arbeit auf der Plattform II

Im Folgenden möchten wir Ihnen einige Fragen zu Ihrer Arbeit auf Crowdfunding-Plattformen stellen. Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche auf Crowdfunding-Plattformen?

_____ Stunden pro Woche

Wie viele Aufgaben bearbeiten Sie durchschnittlich pro Woche auf Crowdfunding-Plattformen?

_____ Aufgaben pro Woche

Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche auf [Name der Plattform]?

_____ Stunden pro Woche

Wie viele Aufgaben bearbeiten Sie durchschnittlich pro Woche auf [Name der Plattform]?

_____ Aufgaben pro Woche

Zu welchen Zeiten arbeiten Sie üblicherweise auf Crowdfunding-Plattformen? Mehrfachnennung möglich

- Zu festen Arbeitszeiten

- Immer zu unterschiedlichen Zeiten (flexibel)
- Überwiegend von Montag bis Freitag
- Überwiegend Samstag/Sonntag oder an Feiertagen
- In meiner Freizeit von meiner Hauptbeschäftigung
- Während meiner Hauptbeschäftigung Morgens
- Mittags
- Abends
- Nachts
- Anderes: _____

Von welchem Ort aus arbeiten Sie auf Crowworking-Plattformen? Bitte geben Sie den jeweiligen Anteil in Prozent an (0 bis 100%). Die Summe muss 100% ergeben.

Von zu Hause _____

Von unterwegs (Café, im Bus, ...) _____

Von meinem (Haupt-)Arbeitsplatz _____

Welches Gerät/Welche Geräte verwenden Sie für Ihre Tätigkeit auf Crowworking-Plattformen? Mehrfachnennung möglich

- Computer
- Tablet
- Smartphone

6 Allgemein zur Crowdwork/Arbeit auf der Plattform III

Im Folgenden möchten wir Ihnen einige Fragen zu Ihren Aufgaben bei der Arbeit auf Crowworking-Plattformen stellen.

Welche Art von Crowdwork-Aufgaben bearbeiten Sie? Mehrfachnennung möglich

- Kleinaufgaben (z.B. Begriffe in Suchmaschinen eingeben, Bilder taggen, Dokumente abschreiben, Kategorisierung von Produkten, Recherche, Datenpflege, Umfragen, ...)
- Mobile Kleinaufgaben (Fotografie von Produkten oder Orten und Schildern, Testeinkäufe, ...)
- Texte (z.B. Produktbeschreibung, Rezensionen, kurze Übersetzungen, ...)
- Design (Grafikdesign, Fotografie, Bildbearbeitung, ...)
- Testing (Usability, Bugs-/Fehlerfinden, ...)
- Softwareentwicklung (Quelltext schreiben, Programm-Architektur, ...)
- Innovation und Ideen (Produktideen, Konzeptentwicklung, ...)
- Weiteres: _____

Entsprechen die Aufgaben, die Sie auf Crowworking-Plattformen üblicherweise übernehmen, Ihren beruflichen Erfahrungen?

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Mein Bildungs- und/oder Berufsabschluss sind Voraussetzung für die Aufgaben, die ich erledige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine gesammelten beruflichen Erfahrungen sind Voraussetzung für die Aufgaben, die ich erledige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für die Erledigung der Aufgaben sind Fachkenntnisse oder Erfahrungen nötig, die ich anderweitig erworben habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für die Erledigung der Aufgaben sind Fachkenntnisse oder Erfahrungen nötig, die ich anderweitig erworben habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie schätzen Sie die Verfügbarkeit von Aufgaben auf [Name der Plattform] ein?

	Trifft über- haupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Ich finde immer Aufgaben, die ich bearbeiten kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde geeignete Aufgaben schnell und einfach.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde selten interessante und spannende Aufgaben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Warum arbeiten Sie auf Crowdfunding-Plattformen?

	Trifft über- haupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Bessere Abstimmung von Arbeit und Privatem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wichtige Einkommensquelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beruflicher Einstieg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Überbrückung zwischen zwei Jobs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fehlende berufliche Alternativen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbesserung finanzieller Lage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interessantere Arbeitsaufgaben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitvertreib	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in einem Jahr noch Crowdfunding betreiben?

Sehr wahrscheinlich

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sehr unwahrscheinlich

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in einem Jahr noch auf [Name der Plattform] arbeiten?

Sehr wahrscheinlich

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sehr unwahrscheinlich

7 Beschäftigungsbeziehungen/Kosten-Nutzen-Verhältnis I

Im Folgenden geht es um verschiedene Aspekte Ihrer Tätigkeit auf Crowdfunding-Plattformen. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie diesen Aspekt erwarten.

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Ich erwarte, dass Aufgabenstellungen klar und verständlich formuliert sind, sodass ich genau weiß, was ich zu tun habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass die Bezahlung meinem Aufwand entspricht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass mir die Entlohnung für meine Leistung zuverlässig ausgezahlt wird.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass mein Einkommen aus meiner Arbeit auf den Crowdfunding-Plattformen sicher planbar ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass ich eine langfristige Perspektive in meiner Arbeit auf den Crowdfunding-Plattformen habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass der Auftraggeber mich angemessen bewertet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass ich selbst entscheiden kann, welche Aufgaben ich erledige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass ich mich mit anderen gleichgesinnten Personen, z.B. in Foren, zu den Aufgaben oder zu anderen Themen austauschen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass mir auf der Plattform Unterstützungsmöglichkeiten (z.B. Anleitung, Ansprechpartner) angeboten werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erwarte, dass die Arbeit auf der Plattform es mir ermöglicht, mein Wissen und Können weiterzuentwickeln.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Inwieweit werden die genannten Aspekte erfüllt?

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Die Aufgabenstellungen sind klar und verständlich formuliert, sodass ich genau weiß, was ich zu tun habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bezahlung entspricht meinem Aufwand/meiner Leistung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Entlohnung für meine Leistung wird zuverlässig ausgezahlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mein Einkommen aus meiner Arbeit auf den Crowdfunding- Plattformen ist sicher planbar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich erhalte eine langfristige Perspektive in meiner Arbeit auf den Crowdfunding-Plattformen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auftraggeber bewerten mich angemessen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kann selbst entscheiden, welche Aufgaben ich erledige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich tausche mich mit anderen gleichgesinnten Personen, z.B. in Foren, zu den Aufgaben oder zu anderen Themen aus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf der Plattform werden mir Unterstützungsmöglichkeiten (z.B. Anleitungen, Ansprechpartner) angeboten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Arbeit auf der Plattform ermöglicht es mir, mein Wissen und Können weiterzuentwickeln.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Alles in allem: Ist das, was Sie auf den Crowdfunding-Plattformen leisten, und das, was Sie dafür bekommen, in der Regel ausgeglichen?

Absolut unausgeglichen

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Absolut ausgeglichen

8 Beschäftigungsbeziehungen/Kosten-Nutzen-Verhältnis II

Bei den folgenden Fragen kommt es uns auf Ihre subjektiven Einschätzungen an, d.h. es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Uns interessiert nur Ihre persönliche Meinung. Bitte beantworten Sie alle Fragen zügig und vertrauen Sie dabei Ihrem spontanen Urteil. Wenn dennoch eine Aussage für Sie schwierig einzuschätzen erscheint, versuchen Sie diese bitte trotzdem zu beantworten.

Inwiefern treffen folgende Aussagen über die Arbeit auf [Name der Plattform] auf Sie zu?

	Trifft über-				Trifft voll und ganz zu
	haupt nicht zu	1	2	3	
Ich fühle mich bei der Arbeit auf [Name der Plattform] häufig gehetzt oder stehe unter Zeitdruck.	<input type="radio"/>				
Ich muss häufig Abstriche bei der Qualität meiner Arbeit auf [Name der Plattform] machen, um das Arbeitspensum zu schaffen.	<input type="radio"/>				
Bei der Arbeit auf [Name der Plattform] muss ich mich stark konzentrieren.	<input type="radio"/>				
Ich erhalte häufig nicht alle Informationen, die ich benötigen würde, um die Arbeit auf [Name der Plattform] gut zu erledigen.	<input type="radio"/>				

Anhand der folgenden Aussagen möchten wir erfahren, wie sehr Sie sich mit [Name der Plattform] verbunden fühlen.

Aus urheberrechtlichen Gründen wird der Fragebogen an dieser Stelle nicht veröffentlicht. Es wird auf Felfe et al. (2014) sowie Maier und Woschée (2014) verwiesen. Einzelne Items wurden sprachlich an den Kontext des Crowdfunding angepasst.

9 Beschäftigungsbeziehungen/Kosten-Nutzen-Verhältnis III

Die folgenden Fragen beziehen sich ausschließlich auf [Name der Plattform].

Von wem kann Ihre Leistung auf [Name der Plattform] bewertet werden? Mehrfachnennung möglich.

- Auftraggeber
- Plattform
- Anderen Nutzern der Crowdfunding-Plattform
- Weitere: _____

Wie wird Ihre Leistung auf [Name der Plattform] in der Regel eingestuft? Mehrfachnennung möglich.

- Rangliste (Vergleich zu anderen Nutzern der Crowdfunding-Plattform)
 - Ranglistenplatz: _____
- Punkte / Score

- Ihre Punkte / Ihr Score: _____
- Status / Level
 - Ihr Status / Ihr Level: _____
- Trophäen / Abzeichen
 - Ihre Trophäe / Ihr Abzeichen: _____
- Weitere (bitte benennen): _____
 - Ihre Leistungseinstufung dabei: _____

10 Beschäftigungsbeziehungen/Kosten-Nutzen-Verhältnis IV

Im Folgenden werden Status, Level, Trophäen und Vergleichbares als Leistungseinstufung bezeichnet. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit dieser Aspekt auf [Name der Plattform] erfüllt wird.

	Trifft über-				Trifft voll
	haupt nicht zu				und ganz zu
	1	2	3	4	5
Die Anzahl der Leistungseinstufungen halte ich für angemessen.	<input type="radio"/>				
Die Anforderungen, um die nächsthöhere Leistungseinstufung zu erreichen, sind leicht zu verstehen.	<input type="radio"/>				
Die Belohnungen für die jeweiligen Leistungseinstufungen halte ich für angemessen.	<input type="radio"/>				
Höhere Leistungseinstufungen sorgen für einen deutlichen Anstieg meines Einkommens auf der Plattform.	<input type="radio"/>				
Höhere Leistungseinstufungen sorgen für eine größere Auswahl an Aufgaben.	<input type="radio"/>				
Ich finde die Leistungseinstufungen motivierend.	<input type="radio"/>				
Durch die Leistungseinstufungen fühle ich mich in meiner Leistung durch die Plattform anerkannt.	<input type="radio"/>				
Durch die Leistungseinstufungen erfahre ich auch Anerkennung durch andere Nutzer der Plattform.	<input type="radio"/>				
Ich halte die Leistungseinstufungen für ein gutes Signal, um meine Fähigkeiten und Erfahrungen den Auftraggebern zu präsentieren.	<input type="radio"/>				
Eine hohe Leistungseinstufung auf der Crowdfunding-Plattform hat einen großen Einfluss auf meinen Erfolg auf dieser Plattform.	<input type="radio"/>				

Welche weiteren Vorteile wünschen Sie sich durch die Leistungseinstufung auf [Name der Plattform]?

Welches Datum gilt als der letzte Tag in einem Kalenderjahr?

- 30. November
- 31. Dezember
- 31. Januar
- 28. Februar

11 Kommunikation auf der CW Plattform I

Im Folgenden würden wir Ihnen gerne Fragen über die Kommunikation auf [Name der Plattform] stellen.
Wie kommunizieren Sie mit den Auftraggebern? Mehrfachnennung möglich.

- E-Mail-Funktion / Nachrichtenfunktion über die Plattform
- Direkter Kontakt über E-Mails
- Chat auf der Plattform
- Telefon
- Online Community der Plattform
- Sonstiges, und zwar _____

Wie oft kontaktieren Sie durchschnittlich den Auftraggeber?

- Häufig
- Manchmal
- Nie

Wie schnell erhalten Sie in der Regel eine Antwort vom Auftraggeber?

- Innerhalb einer Stunde
- Innerhalb eines Tages
- Innerhalb einer Woche
- Länger

Wie werden Sie über das Ergebnis Ihrer Arbeit (Annahme oder Ablehnung) informiert? Mehrfachnennung möglich.

- E-Mail-Funktion / Nachrichtenfunktion über die Plattform
- Direkter Kontakt über E-Mails
- Chat auf der Plattform
- Telefon
- Sonstiges, und zwar _____

12 Kommunikation auf der CW Plattform II

Im Folgenden würden wir Ihnen gerne Fragen über die Kommunikation auf der Plattform stellen. Wenn Ihre Arbeit vom Auftraggeber abgelehnt wird, erfahren Sie den Grund der Ablehnung?

- Immer
- Manchmal
- Niemals

Können Sie den Grund Ihrer Ablehnung nachvollziehen?

- Immer
- Manchmal
- Niemals

Wie bewerten Sie die Qualität der Kommunikation mit den Auftraggebern? Geben Sie der Kommunikation eine Note, wie in der Schule.

- Sehr gut
- Gut
- Befriedigend
- Ausreichend
- Mangelhaft
- Ungenügend

Gibt es besonders positive oder negative Erfahrungen nach der Ablehnung oder Annahme Ihrer Arbeit? Bitte schreiben Sie diese in das Feld unten.

13 Psychologische Fragebögen

Im Folgenden geht es um eine allgemeine Einschätzung Ihrer derzeitigen Arbeits- und Lebenssituation, also wie zufrieden Sie mit Ihrem Leben allgemein sind, ob sie Gesundheitsbeschwerden verspüren und wie Sie sich selbst allgemein einschätzen.

Im Folgenden bitten wir Sie, Fragen zu Ihrer Zufriedenheit im Allgemeinen zu beantworten. Bitte kreuzen Sie auch hier die für Sie zutreffende Aussage an.

Diese Aussage trifft...	gar nicht zu	wenig zu	teilweise zu	überwiegend zu	völlig zu
Im Allgemeinen verläuft mein Leben genauso, wie ich es mir wünsche.	<input type="radio"/>				
Meine Lebensumstände sind ausgezeichnet.	<input type="radio"/>				
Ich bin mit meinem Leben zufrieden.	<input type="radio"/>				
Bislang habe ich in meinem Leben die Dinge erreicht, die mir wichtig waren.	<input type="radio"/>				
Wenn ich mein Leben noch einmal von vorne beginnen könnte, würde ich fast nichts ändern.	<input type="radio"/>				

Während der letzten 7 Tage, wie oft haben sie die folgenden Symptome verspürt?

Aus urheberrechtlichen Gründen wird der Fragebogen an dieser Stelle nicht veröffentlicht. Es wird auf Gierk et al. (2014) verwiesen. Einzelne Items wurden sprachlich an den Kontext des Crowdworkings angepasst.

Bitte geben Sie das Ausmaß Ihrer Zustimmung zu den folgenden Aussagen über Ihre Person an. Bitte kreuzen Sie die für Sie zutreffende Aussage an.

Aus urheberrechtlichen Gründen wird der Fragebogen an dieser Stelle nicht veröffentlicht. Es wird auf Stumpp et al. (2010) verwiesen. Einzelne Items wurden sprachlich an den Kontext des Crowdworking angepasst.

14 Beruf und Leben

Arbeit hat immer auch Auswirkungen auf das Privatleben. Denken Sie bei den folgenden Fragen bitte an Ihre Arbeit auf Crowdfunding-Plattformen sowie Ihre anderen Tätigkeiten (z.B. Ihren Hauptjob) zusammengekommen.

Bitte geben Sie an, inwiefern sich Ihr gesamtes Berufsleben auf Ihr Privatleben auswirkt.

Aus urheberrechtlichen Gründen wird der Fragebogen an dieser Stelle nicht veröffentlicht. Es wird auf Abendroth et al. (2014) verwiesen. Einzelne Items wurden sprachlich an den Kontext des Crowdfunding angepasst.

15 Datensicherheit / Datenerfassung

Wir würden gerne erfahren, welche Erwartungen Sie an den Datenschutz auf der von Ihnen ausschließlich oder am meisten genutzten Plattformen haben, und unter welchen Bedingungen Sie der Weitergabe Ihrer Daten zustimmen.

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen zur Datensicherheit und zum Datenschutz auf Crowdfunding-Plattformen. Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu?

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft voll und ganz zu
	1	2	3	4	5
Ich erwarte, dass von mir genutzte Crowdfunding-Plattformen ein hohes Maß an Datensicherheit und Datenschutz bieten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin mit der Weitergabe meiner Daten durch Crowdfunding- Plattformen an Auftraggeber einverstanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin mit der Weitergabe meiner Daten durch Crowdfunding- Plattformen an Dritte einverstanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin mit der Weitergabe meiner Daten durch Crowdfunding- Plattformen an Dritte nur einverstanden, falls ich entschädigt werde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falls eine von mir genutzte Crowdfunding-Plattform meine Daten ohne mein Einverständnis an Dritte weitergibt, beende ich meine Nutzung der Crowdfunding-Plattform.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe die Datenschutzbestimmungen der von mir genutzten Crowdfunding-Plattformen gelesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe die Datenschutzbestimmungen der von mir genutzten Crowdfunding-Plattformen verstanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ist Ihnen bekannt, welche Informationen die Plattform über Sie sammelt?

- Ja
- Nein

Wissen Sie, wie Ihre Arbeitsweise von der Plattform kontrolliert wird (z.B. Tastaturanschläge, Screenshots, ...)?

- Ja
- Nein

Ist Ihnen bewusst, dass Sie das Recht auf Auskunft über ihre personenbezogenen Daten und deren Verarbeitung haben (Auskunftsrecht gem. Art. 15 DSGVO)?

- Ja
- Nein

Falls ja: Haben Sie dieses Auskunftsrecht bereits genutzt?

- Ja
- Nein

16 Soziodemografie I

Im letzten Teil der Befragung bitten wir Sie nun, noch einige allgemeine Fragen zu Ihrer Person zu beantworten. Wie sieht Ihr derzeitiger Erwerbsstatus aus? Mehrfachantwort möglich.

- Angestellt
- Selbstständig
- Geringfügig oder unregelmäßig beschäftigt (z.B. 450 Euro Job)
- Arbeitslos
- Schulische Ausbildung / Studium
- Berufliche Weiterbildung
- Nicht erwerbstätig
- Kinderbetreuung/ Mutterschutz /Elternzeit
- Rente

Ist die Arbeit auf allen Crowdfunding-Plattformen insgesamt betrachtet Ihre Hauptbeschäftigung? Damit ist gemeint, dass Crowdfunding den größten Teil Ihres Einkommens ausmacht.

- Ja, Hauptbeschäftigung
- Nein, Nebenbeschäftigung

17 Soziodemografie II

Bitte denken Sie bei den folgenden Fragen nur an Ihre Hauptbeschäftigung. Handelt es sich um ein befristetes oder unbefristetes Arbeitsverhältnis?

- Befristet
- Unbefristet

Wie viele Wochenstunden beträgt Ihre vertraglich vereinbarte Arbeitszeit ohne Überstunden?

Stunden pro Woche: _____

Und wie viele Wochenstunden beträgt in der Regel Ihre tatsächliche Arbeitszeit inklusive Überstunden?

Stunden pro Woche: _____

Wie hoch ist Ihr Bruttoeinkommen durch Crowdwork, d.h. vor Abzug von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen?

Monatlicher Betrag in Euro: _____

Wie hoch ist Ihr Bruttoeinkommen aus Ihrer Erwerbstätigkeit insgesamt, d.h. vor Abzug von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen?

Monatlicher Betrag in Euro: _____

18 Soziodemografie III

Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?

- Kein Abschluss
- Grund-/Hauptschulabschluss, Volksschulabschluss
- Realschulabschluss, Mittlere Reife
- Fachhochschulreife (z.B. Abschluss einer Fachoberschule)
- Abitur / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife
- Anderer deutscher Schulabschluss, und zwar _____
- Ausländischer Schulabschluss, und zwar _____

Welche Ausbildungs- oder Studienabschlüsse haben Sie? Mehrfachnennungen möglich.

- Keine Ausbildung
- Berufsausbildung/Lehre
- Berufsfachschule/Handelsschule/Schule des Gesundheitswesens
- Fachschule (z.B. Meister-/Technikerabschluss)
- Fachhochschule/Berufsakademie mit Bachelorabschluss
- Fachhochschule/Berufsakademie z.B. Master, Diplom, Magister, Staatsexamen
- Universitäts-/Hochschulabschluss: Bachelor
- Universitäts-/Hochschulabschluss: z.B. Master, Diplom, Magister, Staatsexamen
- Universitäts-/Hochschulabschluss mit Promotion

In welche beruflichen Bereiche würden Sie sich am ehesten einordnen?

- Land-, Forst- und Tierwirtschaft und Gartenbau
- Rohstoffgewinnung, Produktion und Fertigung
- Bau, Architektur, Vermessung und Gebäudetechnik
- Naturwissenschaft, Geografie und Informatik
- Verkehr, Logistik, Schutz und Sicherheit
- Kaufmännische Dienstleistungen, Warenhandel, Vertrieb, Hotel und Tourismus
- Unternehmensorganisation, Buchhaltung, Recht und Verwaltung
- Gesundheit, Soziales, Lehre und Erziehung
- Sprach-, Literatur-, Geistes-, Gesellschafts- und Wirtschaftswissenschaften, Medien, Kunst, Kultur und Gestaltung
- Militär

Seit wann sind Sie in diesem beruflichen Bereich tätig?

Jahr: _____

19 Soziodemografie IV

Welchen Familienstand haben Sie?

- Verheiratet / eingetragene Lebenspartnerschaft
- Partnerschaftliche Beziehung ohne eingetragene Lebenspartnerschaft
- Geschieden / Verwitwet / Dauerhaft getrennt lebend
- Ledig / Single

20 Soziodemografie V

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

Personen: _____

Leben Sie mit Ihrem Partner in einem Haushalt?

- ja
- nein

Wie sieht der derzeitige Erwerbsstatus Ihres Partners aus?

- Erwerbstätig, Angestellt
- Erwerbstätig, Selbstständig
- Geringfügig oder unregelmäßig beschäftigt (z.B. 450 Euro Job)
- Arbeitslos
- Schulische Ausbildung / Studium
- Berufliche Weiterbildung
- Nicht Erwerbstätig
- Kinderbetreuung/ Mutterschutz /Elternzeit
- Rente

Wie hoch ist das monatliche Nettoeinkommen aller Haushaltsmitglieder?

Monatlicher Betrag in Euro: _____

Haben Sie eigene Kinder, Adoptiv-, Pflege- oder Stiefkinder?

- Ja
- Nein

21 Soziodemografie VI

Wie viele Kinder haben Sie?

Anzahl Kinder: _____

Wie viele davon leben in ihrem Haushalt?

Anzahl Kinder: _____

Wie alt ist das jüngste Kind?

Alter in Jahren: _____

22 Soziodemografie VII

Bitte geben Sie ihr Geschlecht an.

- weiblich
- männlich
- divers
- keine Angabe

In welchem Jahr wurden Sie geboren?

Jahr: _____

Wurden Sie in Deutschland geboren?

- Ja
- Nein

Wenn nein, seit wann leben Sie in Deutschland?

Jahr: _____

Wie lautet ihre Postleitzahl?

PLZ: _____

Haben Sie diesen Fragebogen bereits auf einer anderen Plattform ausgefüllt?

Die Beantwortung dieser Frage hat keinerlei Konsequenzen auf Ihre Vergütung.

- Ja
- Nein

Mit einem Klick auf „Weiter“ beenden Sie die Umfrage.

Autorinnen und Autoren



Dr. Nicole Giard

Universität Bielefeld
Kordinatorin
Forschungsschwerpunkt Digitale Zukunft



Marc Hesse, Dipl.-Ing.

Universität Bielefeld
Kognitronik und Sensorik



Jannik Reddehase, B.Sc.

Universität Bielefeld
Arbeits- und Organisationspsychologie



Dr. Mareike Reimann

Universität Bielefeld
Sozialstruktur und soziale Ungleichheit



Katharina Schlicher, Dipl.-Psych.

Universität Bielefeld
Arbeits- und Organisationspsychologie



Julian Schulte, M.Sc.

Universität Bielefeld
Arbeits- und Organisationspsychologie



Paul Hensen, M.Sc.

Universität Paderborn
Personalwirtschaft



Nils Löken, M.Sc.

Universität Paderborn
Codes und Kryptographie



Zahra Nouri, M.Sc.

Universität Paderborn
Datenbank- und Informationssysteme