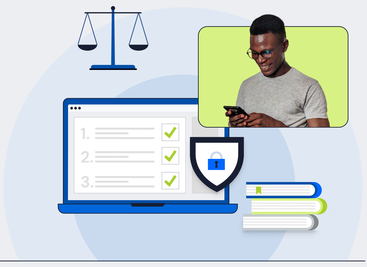
Crowdworking Code of Conduct

Der Code of Conduct ist ein selbst auferlegter Leitfaden, der die Grundlage für eine vertrauensvolle und faire Zusammenarbeit zwischen Crowdsourcing-Plattformen, ihren Kunden und Crowdworkern schaffen soll.



Was ist Crowdworking?

Wir leben in einer aufregenden Ära der technologischen Innovation. Der Aufstieg digitaler Technologien hat die Arbeitsweise von Unternehmen revolutioniert und die Zusammenarbeit von Mitarbeitern verändert. Automatisierung und künstliche Intelligenz (KI) haben Geschäftsprozesse optimiert, was zu gesteigerter Produktivität und Kreativität geführt hat. Zudem ist die Fernarbeit dank moderner Kommunikationsmittel und cloudbasierter Plattformen zur Norm geworden. Die Digitalisierung hat darüber hinaus den Weg für neue Beschäftigungsmöglichkeiten geebnet, beispielsweise in den Bereichen Datenanalyse, Cybersicherheit und Softwareentwicklung.

Diese Entwicklungen haben jedoch auch Bedenken hinsichtlich Arbeitsplatzverdrängung und der Notwendigkeit von Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen zur Anpassung an die neue digitale Welt aufkommen lassen. Nichtsdestotrotz wird die Digitalisierung die Arbeitswelt weiterhin umgestalten und bietet sowohl für Einzelpersonen als auch für Unternehmen spannende Chancen und Herausforderungen. Crowdsourcing, **also die Auslagerung von Projekten und Aufgaben an eine weltweite Gemeinschaft von Internetnutzern**, ist ein bekanntes Ergebnis dieser Entwicklungen und hat in den letzten Jahren an Popularität gewonnen.

Crowdsourcing – eine Definition

Der Begriff „Crowdsourcing" wurde laut Wikipedia im Jahr 2006 von den beiden Wired-Redakteuren Jeff Howe und Mark Robinson geprägt. Er diente dazu zu beschreiben, wie Unternehmen das Internet nutzen, um "Arbeit an die Masse auszulagern". Diese Idee führte schnell zur Schöpfung des Kunstwortes "Crowdsourcing" führte. Im Juni 2006 veröffentlichte Howe in einem Blogbeitrag eine Definition des Begriffs:

> **Vereinfacht ausgedrückt bedeutet Crowdsourcing, dass ein Unternehmen oder eine Institution eine Aufgabe, die früher von Angestellten erledigt wurde, in Form eines offenen Aufrufs an ein undefiniertes (und im Allgemeinen großes) Netzwerk von Personen auslagert. Dies kann in Form von gemeinschaftlicher Produktion geschehen, wenn die Aufgabe von einer Gruppe ausgeführt wird, es kann aber auch von Einzelpersonen erledigt werden. Die entscheidende Voraussetzung ist die Verwendung des Formats der offenen Ausschreibung und das Vorhandensein eines großen Netzwerks potenzieller Arbeitskräfte".**
>
> Jeff Howe und Mark Robinson
> Wired Magazine

Der Begriff Crowdworking **umfasst verschiedene Aufgaben**, die von der Datenverarbeitung und Texterstellung über Softwaretests bis hin zum mobilen Crowdsourcing am Point of Sale reichen. Diese Aufgaben werden über Online-Plattformen oder mobile Apps ausgeführt, die als Vermittler fungieren.

Während Crowdworking in den meisten Ländern als Teilzeit- oder Nebenjob angesehen wird, nutzen einige Crowdworker es als Haupteinnahmequelle. Neben finanziellen Anreizen sind die Leidenschaft für die neuesten digitalen Technologien und der Spaß an der Sache zusätzliche Beweggründe für Crowdworking. Diese Art von Arbeit ist freiwillig und zeichnet sich durch ein hohes Maß an Flexibilität aus. Die Entscheidung, eine Aufgabe anzunehmen oder nicht, liegt immer bei den Crowdworkern.

Andererseits garantieren Crowdsourcing-Plattformen keine kontinuierlichen Aufträge, da das Angebot durch den Markt geregelt wird. Crowdworker können nach eigenem Ermessen Einkommen generieren, während Crowdsourcing-Plattformen Zugang zu einer Vielzahl von Ressourcen erhalten, einschließlich Experten, die zu verschiedenen Projekten beitragen können.

Code of Conduct

Der vorliegende Code of Conduct wurde vom Crowdtesting-Anbieter Testbirds initiiert und stellt eine **selbst auferlegte Richtlinie für namhafte Crowdsourcing-Plattformen dar**. Dieser Code wird kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

Das Ziel ist es, allgemeine Richtlinien für die Durchführung von Crowdwork zu etablieren und **eine Grundlage für eine vertrauensvolle und faire Zusammenarbeit zwischen Crowdsourcing-Plattformen, ihren Kunden und den Crowdworkern** zu schaffen. Diese Zusammenarbeit ergänzt bestehende Gesetzgebung. Es bestehen jedoch noch Unklarheiten hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung der Zusammenarbeit, insbesondere in Bezug auf rechtliche Aspekte und die unternehmerische Verantwortung der Crowdsourcing-Plattformen gegenüber den Crowdworkern. Crowdworking unterliegt in der Regel den gleichen rechtlichen Regelungen wie die freiberufliche Tätigkeit oder Selbstständigkeit und stellt keine langfristige versicherungspflichtige Beschäftigung dar.

Dieser Code of Conduct fungiert als Leitfaden für Crowdsourcing als moderne Arbeitsform. Er trägt dazu bei, eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu schaffen und das volle Potenzial dieser neuen Arbeitsform auszuschöpfen. Im Unterschied zum unbezahlten Crowdsourcing, bei dem Freiwillige Aufgaben ohne Bezahlung erledigen, fokussiert sich dieser Verhaltenskodex auf die Festlegung von Grundsätzen für bezahltes Crowdworking.

Mitglieder

Die unterzeichnenden Mitglieder verpflichten sich, die genannten Grundsätze zu befolgen und sie sowohl in ihren Unternehmen als auch bei Kooperationspartnern zu fördern. Bei sich ändernden Gegebenheiten, wie zum Beispiel dem Auftreten rechtlicher Aspekte, werden die Mitglieder darüber diskutieren, ob Anpassungen der Regeln erforderlich sind. **Die Mitglieder sehen sich als Vertreter der sich selbst verpflichtenden Plattformen** und stehen im ständigen Austausch mit politischen, wissenschaftlichen und anderen gesellschaftlichen Gruppen wie Gewerkschaften oder Verbänden.

Da der Crowdsourcing Code of Conduct freiwillig und selbstregulierend ist, erhebt er keinen Anspruch auf Gültigkeit außerhalb seines Unterstützerkreises. Dennoch sind alle interessierten Unternehmen herzlich eingeladen, sich dem Code of Conduct und den darin enthaltenen Grundsätzen anzuschließen.